

Макарук Л. Л.

Волинський національний університет імені Лесі Українки

ПОЛІФУНКЦІЙНІСТЬ ТА МУЛЬТИМОДАЛЬНІСТЬ ЗНАКІВ ПУНКТУАЦІЇ В СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ МАСМЕДІЙНОМУ КОМУНІКАТИВНОМУ ПРОСТОРИ

У роботі проаналізовано розділові знаки як невербальні елементи, що є складниками однієї із груп, які загалом охоплюють невербальні та паравербальні компоненти, які функціонують у сучасному англomовному масмедійному комунікативному просторі. До аналізованої нами групи «Непiктографiчні та нефототрафiчні елементи» входять знаки пунктуації; діакритичні знаки; типографічні й інші допоміжні знаки; цифри (числа); математичні символи; абрeвіатури. У цій розвідці докладно висвітлено специфіку крапки, дефіса, тире, апострофа, знака оклику, знака питання та лапок як інтегральних модусів масмедійного середовища.

Окреслено їхні семантичні та структурні особливості, ідентифіковано функційне навантаження, обґрунтовано їхню роль та призначення в сучасному англomовному масмедійному комунікативному просторі. Крім традиційного використання крапки, дефіса, тире, апострофа, знака оклику, знака питання та лапок у складі тексту, їм також притаманне й нетрадиційне. Встановлено, що три крапки можуть виконувати функцію імпліцитності чи експліцитності. Крапки також можуть доповнювати зміст статті та привертати увагу завдяки функції акцентування. Корпус фактичного матеріалу дає підстави стверджувати, що дефіси інтенсифікують зміст повідомлення та є засобом економії. Завдяки цьому можна лаконічно представити матеріал. Дефіси сприяють уникненню деталізованого опису та виконують функцію компресії. Двокрапці, апострофу та крапці з комою зазвичай належить традиційна роль – уточнення інформації або її специфікація.

Установлено, що в масмедійному просторі спектр потенційних можливостей лапок значно ширший, що й доводить їхню поліфункційність. Аналіз засвідчив, що в масмедійному писемному мовленні побутують різні за формою та розмірами як парні, так і непарні одиничні та подвійні лапки, яким притаманна поліфункційність. Обґрунтовано, що подвійні непарні лапки виконують функцію уточнення або додаткового пояснення з позитивною або негативною конотацією. Виявлено, що лапки використовують із декоративною метою, окрім атрактивної функції, вони вказують на початок і кінець речення. Лапки різні за формою, кольором та розмірами, слугують засобом графічної дублікації й інтенсифікації семантики тексту.

Ключові слова: масмедіа, комунікативний простір, лапки, крапки, функція.

Постановка проблеми. Знаки пунктуації не належать до англomовної алфавітної графічної системи, однак є важливими компонентами комунікації. Це окрема система знаків, які, як свідчить проведений аналіз, можуть функціонувати самостійно, не будучи залученими до симбіозу різних систем. Знаки пунктуації, на які звертаємо увагу в розвідці, не тільки виконують свою первинну функцію, а й здебільшого виступають у зовсім іншій ролі, цілком відмінній від загальноприйнятих стандартів і норм. У традиційному уявленні вони – невід’ємні складники тексту, виражають емоційний стан мовця, показують паузи під час писемної інтеракції або закінчення думки.

Корпус фактичного матеріалу дає підстави стверджувати, що такі невербальні елементи сприяють тому, що англomовний масмедійний простір є мультимодальним. У зв’язку із цим

особливої значущості набуває всебічний розгляд різних аспектів мультимодальності сучасного спілкування, дослідженню яких присвячені роботи вітчизняних і закордонних учених, серед яких Дж. Беземер [6], К. Джевіт [7], І. Кресс [8], Т. ван Лівен [11], С. Норріс [9], К. О’Халлоран [10], В. А. Єфименко [3], М. А. Карп [4], О. В. Білецька [1], О. С. Маріна [5], Н. Я. Град [2].

Незважаючи на значну кількість розвідок, присвячених англomовній масмедійній мультимодальній царині, відкритим залишається питання про функційні, структурні та семантичні особливості знаків пунктуації як важливих полісемантичних складників спілкування, що й зумовлює **актуальність** обраної проблематики.

Постановка завдання. Мета роботи полягає у визначенні семантичного навантаження й іден-

тифікації функційного призначення знаків пунктуації як інтегральних компонентів масмедійного комунікативного простору, зумовлює потребу в розв'язанні таких *завдань*:

- здійснити вибірку ілюстративного матеріалу в англійських періодичних виданнях;
- виокремити елементи різних груп загалом та компоненти, які входять до групи «Непунктографічні та нефотографічні елементи», зокрема;
- проаналізувати знаки пунктуації з урахуванням їх структури, семантики та функційного навантаження.

Виклад основного матеріалу. Графічні компоненти, які функціонують у масмедіа, поділено на кілька груп: сегментація тексту та графічні процеси; шрифт і колір; непунктографічні та нефотографічні елементи; іконічні елементи (зображення); інфографіка.

Групу «Непунктографічні та нефотографічні елементи» поділяємо на: знаки пунктуації (крапка, кома, крапка з комою, знак оклику, знак питання, двокрапка, одиничні та подвійні лапки, дужки (круглі, квадратні, фігурні (однокомпонентні, двокомпонентні)), тире, апостроф, дефіс); діакритичні знаки (акут, циркумфлекс, гравіс, знак наголосу, макрон, тильда тощо); типографічні й інші допоміжні знаки; цифри (числа); математичні символи; аббревіатури, що поєднують суто невербальні одиниці чи вербальні й невербальні складники водночас.

У цій розвідці докладно обґрунтуємо специфіку функціонування крапки, дефіса, тире, апострофа, знака оклику, знака питання та лапок, що є інтегральними складниками масмедійного комунікативного простору.

У результаті проведеного аналізу крапки, коми, крапки з комою, двокрапки, знака оклику, знака питання, тире, апострофа і дефіса зазначимо, що, на відміну від лапок, цифр та дужок, первинне функційне призначення наведених вище компонентів однозначне і здебільшого не містить варіацій. Оскільки нетипове використання трапляється, наведемо приклади для ілюстрації їх можливостей, дистрибуції та семантичного навантаження.

З-поміж усіх знаків пунктуації крапки, окрім усталеної функції, також використовують і з іншою метою, однак це суттєво не впливає на зміст речення чи тексту. Здебільшого такі варіанти близькі до сталих. На рис. 1 три крапки в першому реченні свідчать, що компанією ще не все запропоновано споживачам. Складається враження, що читачу дають можливість домислити кінець. Проте у другому реченні завдяки

трьом крапкам ці можливості обмежені, адже реципієнт підсвідомо розуміє, що це продовження першого. Аналізовані елементи, сукупність яких у конкретному випадку є єдністю одного модусу, активізує увагу читача на початку другого речення і повертає до першого. Така комбінація сприяє тому, що інформація набуває статусу експліцитної. Тому можна вважати, що три крапки здатні виконувати функцію імпліцитності чи експліцитності.



Рис. 1 [30, с. 2]



Рис. 2 [27, с. 153]

Рис. 2 деякою мірою подібний до рис. 1, оскільки містить аналогічну побудову речень. Проте семантичне навантаження речень вагомніше завдяки повторенню лексеми *“imagine”*. Три крапки в перших реченнях спонукають до роздумів. Водночас речення наприкінці, розпочате із трьох крапок, є логічним завершенням попередніх і дає відповідь на них. Отже, крапки на початку речень або висловлювань є засобом, що веде до розв'язання проблеми, тобто тим містком, що порушує проблему (висловлює її) та пропонує вихід із ситуації.

Три крапки (рис. 3 та рис. 4) також є модусом, що виконує функцію протиставлення, підсилену сполучником *but*.

CHALKY, MAYBE ... BUT LOW-CARB!

Рис. 3 [28, с. 54]

Americans Don't Wear Speedos ... But I Do.

Рис. 4 [31, с. 42]



Рис. 5 [20, с. 63]



Рис. 6 [33, с. 13]

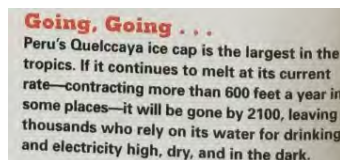


Рис. 7 [22, с. 26]

Рисунки 5–6 демонструють короткі речення, крапка в яких завершує висловлену думку. На рис. 6 простежуємо певну гру кольору, адже саме речення виконане в зовсім іншій кольоровій гамі на протизагу крапці. Оскільки червоний відтінок правомірно вважають потужним інструментом впливу, то аналізований знак можна розглядати як засіб привернення уваги реципієнта. Крапки на рис. 7 – додатковий модус, що доповнює зміст статті.

Перелік функцій автомобіля марки «Тойота» відображає рис. 8. Крапка після кожного прикметника свідчить, що представлене авто настільки досконале, що кожне коротеньке речення (однослівне чи двослівне) закінчується крапкою, яка символізує завершений смисл. У цьому прикладі крапка є засобом акцентування уваги на характеристиці відповідної марки, якою компанія пишається.

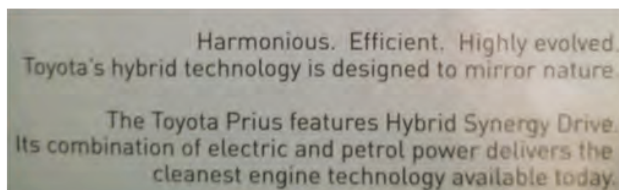


Рис. 8 [23, с. 22]

Крапки бувають різними за формою й розмірами. На рисунках 9 та 10 вони квадратні, на відміну від круглих, які були проаналізовані вище. Іноді, як на рис. 9, крапка є частиною назви компанії. На рис. 10 акцентовано увагу на проблемі забруднення навколишнього середовища.

Цей процес представлено кількома модусами, які уможливили лаконічність викладу. Характерно, що три крапки мають червоне забарвлення. Вони слугують невербальним сигналом, який застерігає людство від небезпеки, неощадливого споживання енергії, змушують замислитися над тим, як діяти.



Рис. 9 [18, с. 10]



Рис. 10 [22, с. 8]

Щодо тире, то вони виконують покладену на них функцію та виступають засобом пунктуації:

“The local saying – “*Al labor me voy, no sé si volveré* – translates as “*Off to work I go, I don't know if I'll make it back*” [25, с. 44]. Зауважимо, що дефіси інтенсифікують зміст, акцентують на найбільш важливих аспектах рекламованого, ефективності пропонуваного товарів та послуг (рис. 11, 12).



Рис. 11 [19, с. 132]



Рис. 12 [22, с. 141]

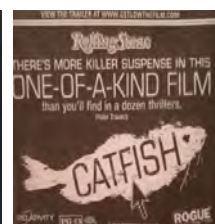


Рис. 13 [35, с. 17]

Вони також слугують засобом мовної економії, дають змогу лаконічно представити матеріал, рекламуючи відповідний продукт. Дефіси сприяють уникненню деталізованого опису та виконують функцію компресії (рис. 13–15).



Рис. 14 [22, с. 20]



Рис. 15 [13]

Двокрапці, апострофу та крапці з комою зазвичай належить традиційна роль – уточнення інформації або її специфікація (рис. 16).

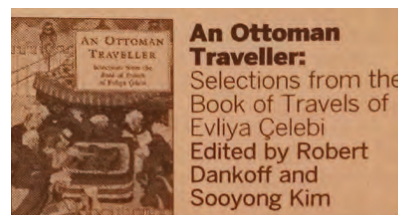


Рис. 16 [15, с. 10]

Рис. 17 представляє використання лапок у лексемі *it's*. Цей приклад вартий уваги, оскільки на тлі білих літер апостроф виділено червоним кольором. Він ідентичний до одного з обраних забарвлень, використаних у рекламному блоці. Його прагматичний потенціал свідчить про бажання максимально відповідати обраній гамі.



Рис. 17 [24, с. 3]

Знак оклику в англomовному комунікативному просторі може виконувати і традиційну, і нетрадиційну роль. Зазвичай він є компонентом окличних речень, репрезентує емоційний стан мовця, закликає його щось зробити, сфокусовує увагу на чомусь (рис. 18, 19).



Рис. 18 [26, с. 11]



Рис. 19 [26, с. 136]

В іншому прикладі (рис. 20) ключовим компонентом виступає нетипове використання знака оклику. Аналізований графічний засіб не належить до тих одиниць, що з'являються на екрані внаслідок натискання однієї із клавіш на клавіатурі комп'ютера.

В основі знака оклику лежать приблизно двісті позначок, які використовують на позначення людей незалежно від їхньої гендерної приналежності. Він виконує атрактивну функцію. Тематика рекламного блока є причиною такого вибору для привернення уваги осіб, що мають намір працювати у фінансовій сфері.

Абревіатура *ESG* на рис. 21 використана замість англomовного відповідника *Environmental Social and Governance*. В її основу покладено три критерії, що допомагають визначити майбутні фінансові показники компаній завдяки інвестиціям. Літеру *S* замінено знаком питання. Графічно за формою знак питання частково збігається із заміщеною літерою. У цьому разі залучення елемента зумовлено тим, що існують багато питань, на які складно дати відповідь. Частина компаній у сучасних умовах під загрозою, тому виникає фінансова потреба знайти можливі шляхи виходу із ситуацій, що склалися.



Рис. 20 [12, с. 80]



Рис. 21 [14, с. 19]

Лапки. Особливу роль у масмедіа відіграють лапки, які в писемному англomовному комунікативному просторі часто вживані та необхідні. Як відомо, ці графічні ресурси призначені для цитування. Відповідно до стандартного шрифту лапки, у яких використано цитати, – невеликі за розміром і мають «акуратний» вигляд, оскільки вони є частиною тексту і виконують свою типову, при цьому їм роль.

Принадібно нагадаємо, що ми виокремили кілька типів лапок, характерних для масмедіа:

одиночні лівосторонні, одиночні правосторонні, подвійні парні та подвійні непарні. Два останні типи найбільш поширені в сучасній англійській мові (див. також рис. 22 та 23): (1) *Christopher Beam, column, Slate*: “The current political climate is veritable petri dish for swine flu fears. For one thing, the debate over health care reform has already stirred up suspicious theta the government will use medicine to hurt the American people. <...> A caller recently told Glen Beck that if ‘this were five years ago I’d probably say definitely I’ll take this (the vaccine)’. Perhaps, there is a simpler, more elegant explanation for why members of both political extremes refuse to get vaccinated: natural selection” [32, с. 2].

(2) “I saw an absence of hope”, Milburn says. “Young people saying, ‘we want to have a stake in our communities but no one is showing us how to do it’” [32, с. 2].

Аналіз ілюстративного матеріалу дає підстави стверджувати, що подвійні непарні лапки уживають замість подвійних парних. Звідси випливає, що ці типи можуть бути взаємозамінними.



Рис. 22 [29, с. 13]

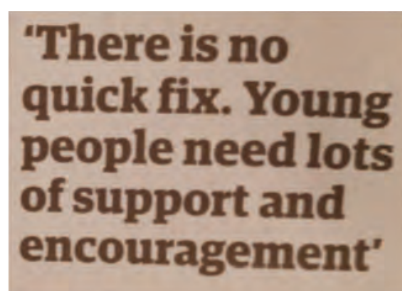


Рис. 23 [32, с. 2]

У масмедійному просторі спектр потенційних можливостей лапок дещо ширший і часто виходить за межі звичного цитування. У деяких ідентифікованих прикладах лапки виконують зовсім інші ролі. Відтак їм притаманна поліфункційність. Зауважимо, що вони різні за формою та розмірами. Одні з них більш насичені, інші менш. Подвійні непарні лапки також покликані виконувати функцію *уточнення* або *додаткового пояснення з позитивною або негативною конотацією*. Трапляються випадки, коли експліцитно висловити щось не вдається, тому доводиться вдаватися до імпліцитних змалювань ситуацій або явищ дійсності (рис. 24–26).

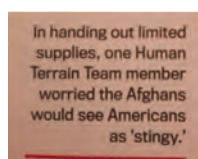


Рис. 24 [29, с. 17]



Рис. 25 [36, с. 9]

From luxe T-shirts to 'sculpture' for the wrist

Рис. 26 [16, с. 7]

Характерною для лапок є функція атракції. Зауважимо, що вони здатні виконувати кілька функцій водночас, які можна поділити на дві групи: ті, що впливають на зміст, та ті, що не впливають (тобто технічні або естетичні, які часто використовують із декоративною метою (рис. 27–29)).

Зазначимо, що їх можна вважати маркерами, які вказують на початок і кінець фрагментів англійського масмедійного комунікативного простору.

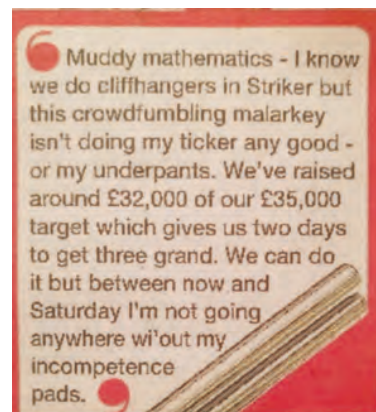


Рис. 27 [34, с. 18]



Рис. 28 [21, с. 9А]



Рис. 29 [17, с. 39]



Рис. 30 [35, с. 39]

На рис. 30 спостерігаємо дворазове використання подвійних непарних лапок, одні з яких є цитуванням слів особи. Частина тексту в лапках займає більше, ніж дві третини всього. Необхідно звернути увагу на заголовок, представлений у подвійних непарних лапках. Він є повним дублікатом слів, що також процитовано в інших лапках того ж тексту.

Невід’ємна частина сучасного англомовного комунікативного простору – цитування в подвійних парних та подвійних непарних лапках (рис. 31–34). У них відтворено зміст зазвичай одного ключового речення, ідентичного до того, яке представлено в тексті. Лапки різні за формою, кольором та розмірами і, на нашу думку, слугують засобом графічної дублікації й інтенсифікації семантики тексту (повторне наголошення на ключовій ідеї тексту). Принагідно зазначимо, що різна локація на шпальті є частиною тексту, яка корелює з ним.

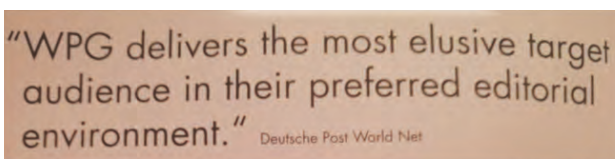


Рис. 31 [31, с. 2]



Рис. 32 [31, с. 23]

На рис. 35 у структурі тексту використано ліво-сторонні подвійні лапки, які є його ініціальною семантично навантаженою частиною. Трапляються випадки, коли лапки мають різні розміри

(рис. 36), однак виконують ідентичні функції. Крім того, як бачимо, поруч є цитата, взята із цього ж тексту. Англомовному комунікативному простору притаманне залучення декоративних елементів як частин тексту. Ідеться про різноманітні лінії, насиченість та кольорову гаму, які варіюються й залежать від кожного конкретного випадку.



Рис. 33 [31, с. 53]

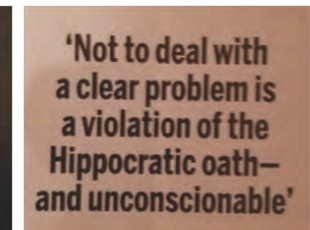


Рис. 34 [38, с. 18]



Рис. 35 [32, с. 2]



Рис. 36 [37, с. 80]

Рисунок 37 вартий уваги, оскільки лапки, що виділяють ту саму цитату, різні за розміром. Ті, що відповідають першій літері початку тексту, великі. Друга літера тієї ж лексеми, як і увесь текст загалом, мають однаковий розмір і, відповідно, лапки ідентичного розміру. Спостережено, що такі приклади нечастотні в англомовному комунікативному просторі. Їхню ліву частину можна вважати засобом атракції та декоративним елементом часопису. Як відомо, для редакцій важливе візуальне оформлення їхніх видань.

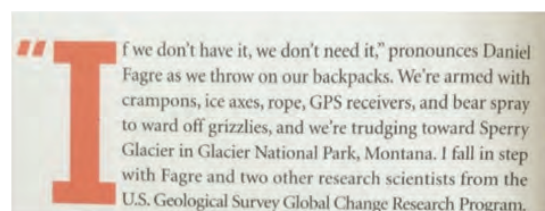


Рис. 37 [22, с. 14]

Висновки і пропозиції. Отже, проведений аналіз крапок, дефісів, тире, апострофів, знаків оклику, знаків питання та лапок як інтегральних модусів масмедійного середовища свідчить, що їм властива поліфункційність. Очевидним є те, що вони виконують традиційні ролі. Однак їм також притаманне атипове функціонування. Корпус ілюстративного матеріалу свідчить, що крапки доповнюють зміст повідомлення та є інструментом атракції, оскільки привертають увагу читачів. У процесі аналізу встановлено, що дефіси покликані уникати деталізованого опису та сприяють компресії інформації. Найнеординарнішими з-поміж арсеналу знаків пунктуації є лапки,

які мають відмінні розміри, форми та кольорове забарвлення, можуть конкретизувати зміст та сприяти виявленню додаткової семантики. Для них також характерні функції дублювання чи підсилення інформації. Виявлені випадки, коли ними послуговуються з метою атракції.

Перспективними видаються подальші розвідки, спрямовані на дослідження невербальних та паравербальних компонентів, які належать до групи «Непиктографічні та нефотографічні елементи», зокрема: знаків пунктуації; діакритичних знаків; типографічних та інших допоміжних знаків; цифр; математичних символів; абrevіатур у руслі мультимодальної стилістики.

Список літератури:

1. Білецька О. В. Графічна форма постмодерністського художнього тексту крізь призму графічної лінгвістики. *Нова філологія*. 2014. № 60. С. 17–22.
2. Град Н. Я. Сучасні мультимодальні студії: модальна лінгвістика та мультимодальна стилістика. *Одеський лінгвістичний вісник*. 2014. Вип. 4. С. 49–51. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/olinv_2014_4_15 (дата звернення: 13.11.2017).
3. Єфименко В. А. Інтертекстуальні зв'язки між текстовими світами казкових творів. *Studia linguistica*. 2013. Вип. 7. С. 322–326.
4. Карп М. А. Взаємодія засобів контамінованої лексичної когезії в тексті англійських мультимодальних літературних казок Філіпа Арда. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія «Філологія». 2016. Вип. 62. С. 136–139.
5. Маріна О. С. Семіотика парадоксальності у когнітивно-комунікативному висвітленні (на матеріалі сучасного англomовного поетичного дискурсу): монографія. Херсон: Айланта, 2015. 298 с.
6. Bezemer J. Multimodal Transcription: a Case Study. *Interactions, Images and Texts: a Reader in Multimodality*. Berlin: De Gruyter Mouton, 2014. P. 155–170.
7. Jewitt C. Multimodal Classroom Research. *AERA Review of Research in Education*. 2008. № 32. P. 241–267.
8. Kress G. *Literacy in the New Media Age*. London; New York: Routledge, 2003. 208 p.
9. Norris S. Modal Density and Modal Configurations: Multimodal Actions. *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis* / ed. by C. Jewitt. London; New York: Routledge, 2009. P. 78–91.
10. O'Halloran K. *Multimodal Studies: Exploring Issues and Domains: Routledge Studies in Multimodality*. 1st Edition. 2014. P. 1–41.
11. Van Leeuwen T. *Introducing Social Semiotics*. London: Routledge, 2004. 320 p.
12. *Accounting & Business*. 2007. № 6. Vol. 10. June. 88 p.
13. Cause effect. URL: <https://causeeffect.asia/optimising-brickfields-asiacolleges-bac-facebook-ads-part-2/> (дата звернення: 03.09.2018).
14. *Financial News*. 2018. July, 30. 28 p.
15. *Financial Times*. 2009. № 37. Tuesday, October, 20. 38 p.
16. *Financial Times*. 2010. № 37. Thursday, September, 7. 68 p.
17. *FT Weekend Magazine*. 2008. № 288. December, 20–21. 48 p.
18. *FT Weekend*. 2010. № 37436. Saturday/Sunday, October, 9–10. 64 p.
19. *Hello!* 2009. № 1084. August, 10. 132 p.
20. *International Edition USA Today*. 2009. № 52. Wed/Thur, November, 25–26. 24 p.
21. *International Edition USA Today*. 2010. № 48. Fri/Sat/Sun, January, 29–31. 24 p.
22. *National Geographic*. 2004. № 3. Vol. 206. September. 141 p.
23. *National Geographic*. 2009. № 1. Vol. 215. January. 154 p.
24. *National Geographic*. 2009. № 1. Vol. 216. July. 142 p.
25. *National Geographic*. 2009. № 4. Vol. 215. April. 154 p.
26. *National Geographic*. 2009. № 4. Vol. 216. October. 132 p.
27. *National Geographic*. 2009. № 6. Vol. 216. December. 150 p.
28. *Newsweek*. 2003. № 12. September, 22. 68 p.
29. *Newsweek*. 2004. № 10. September, 6–13. 102 p.

30. Newsweek. 2004. № 13. March, 29. 66 p.
31. Newsweek. 2004. № 26. June, 28. 64 p.
32. The Guardian. 2011. Saturday, September, 24. 14 p.
33. The Sun. 2017. Friday, December, 29. 63 p.
34. The Sun. 2018. Monday, April, 16. 56 p.
35. The Sun. 2018. Thursday, May, 10. 60 p.
36. The Times. 2008. № 69. 508. Tuesday, December, 16. 84 p.
37. Time. 2003. № 7. Vol. 162. August, 18–25. 81 p.
38. Time. 2009. № 11. Vol. 174. September, 21. 54 p.

Makaruk L. L. MULTIFUNCTIONAL AND MULTIMODAL PROPERTIES OF PUNCTUATION MARKS IN THE MODERN ENGLISH MASS MEDIA COMMUNICATIVE SPACE

In this paper, as its title indicates, an analysis is presented of punctuation marks which fall into the general category of non-verbal and paraverbal elements in the modern English-language mass media communicative space. By way of background, it could be mentioned that these items have been singled out from the overall category which may be termed “Non-pictographic and non-photographic elements”, and which includes punctuation marks, as well as typographic and other auxiliary signs, and mathematical symbols, and abbreviations. As noted above, this study focuses in detail on the specific features of various types of punctuation marks as an integral modes within the media environment.

Their semantic and structural features are outlined, their functional load is identified, and their role in the modern English-language mass media communicative space are demonstrated. In addition to the traditional use of period, hyphen, dash, apostrophe, exclamation mark, question mark and quotation marks in the text, they are also unconventional. It is established that an ellipsis (three consecutive dots) can perform the function of implicitness or explicitness, and can complement the content of the article, attracting the attention of observers by means of an accentuating function. The corpus of factual material provides a basis for claiming that hyphens are likewise capable of intensifying the content of the message; in some contexts they might appear to permit some economy of space, whereas in fact, in a manner likely to arouse curiosity, they suggest the author’s unwillingness to openly present the omitted text string. The colon and semicolon usually are employed in their traditional function of adding clarity to a text by indicating the relationship between consecutive phrases. With regard to quotation marks as they sometimes are utilized in the mass media space, it is shown that a broader range of possibilities exists, illustrating their multifunctional potential. This may take the form of variation in terms of colour, shape or size, whether in relation to single or double quotation marks, and may even have a certain decorative function. When used to enclose a phrase that is inserted between paragraphs or within the text body as an image might normally be, they permit the author to repeat a phrase that will subsequently appear in the text, thereby drawing particular attention to that group of words.

Key words: mass media, communicative space, quotation marks, dots, function.