

Карловас О. А.

Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля

**ТЕНДЕНЦІЇ ГРАФІЧНОЇ МОДИФІКАЦІЇ СЛОВА
В СУЧАСНИХ МЕДІАТЕКСТАХ**

У статті зацентовано увагу на динаміці мовних процесів, пов'язаних із посиленням тенденції відеотизації в сучасному комунікативному просторі, що спричинило необхідність детального вивчення нових засобів, оскільки порушення сенсорного балансу активізувало вживання різних графічних елементів у медіатекстах.

Більшість медіатекстів як елементів реалізації графічної системи певної мови має чітко виражене експресивне забарвлення. Автори сучасних медіатекстів основний конструктивний принцип організації медіатекстів забезпечують зміною арсеналу мовних засобів, що, у свою чергу, змінює інформаційну та емоційно-експресивну насиченість тексту.

Зазначено, що будь-які графічні засоби як потужний засіб впливу на читача посідають чільне місце в стилістичній структурі медіатексту. Графічне оформлення сучасних медіатекстів сьогодні не є допоміжним і суто службовим складником публіцистичного стилю. Окрім формальної функції (власне текстове оформлення), система графічних засобів пов'язана зі змістом і розширює семантику висловлювання додатковими конотаціями, емоційними відтінками.

Трактуючи графічні засоби як стилістично значуще відхилення від стандарту чи орфографічної норми, дослідники графічної та орфографічної модифікації слова використовують різні терміни: графічна okazionalnіst, графічні інновації, маркування тієї чи іншої мовної/мовленнєвої одиниці за допомогою різних графічних засобів, графіксація, тобто спосіб утворення слів, при якому словотвірним елементом є графічні й орфографічні засоби. Широкої популярності набув термін «графічна гра» у зв'язку з поширенням самого феномена. Під графічною грою розуміється маніпулювання засобами графіки, до яких належать букви, розділові знаки. Окрім того, до засобів графічної гри відносять і різні прийоми скорочення слів, використання пробілів між словами, прописних літер, відступів, можливих підкреслень, а в друкованому тексті ще й шрифтові виділення.

Перегляд інформативної функції вербальних і невербальних елементів, зокрема графічних, композиції медіатексту доводить, що останні перебирають на себе частину інформативного навантаження, стаючи дієвим чинником емоційно-оцінного сприйняття інформації аудиторією.

Ключові слова: медіатекст, графічні засоби, мовна гра, графічна гра, експресивність, модифікація.

Постановка проблеми. Посилений інтерес учених до медійних текстів за останні десятиліття спричинений роллю медіа в сучасному світі й нарощуванням дії їх потенціалу, оскільки поява Інтернету зумовила виникнення нового принципу спілкування в суспільстві – «усі для всіх» [1, с. 76].

На думку С. Борисової, властивості та характеристики медіатекстів пов'язані з аналізом сучасного стану й особливостями функціонування цілого комплексу мовленнєвих засобів, які відображають останні досягнення лінгвістики, психології, семіотики, філософії, філології та інших дисциплін. Медіатексти стають не лише джерелом інформування й комунікації в соціальній, політичній, економічній, релігійній та інших сферах, а й виконують завдання медійного впливу на одержувача [2, с. 4].

Визначаючи подвійну природу Інтернету, дослідники розглядають його як простір, відкритий для використання всіма охочими [3, с. 102], а це, у свою чергу, засвідчує свободу у виборі засобів візуальної організації медіатекстів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Швидкий темп розвитку високотехнологічних засобів комунікації за останні роки спричинив використання графічних символів, цифр, буквених і буквено-цифрових абrevіатур, змішаної цифрової графіки, змішане вживання кириличної та латинської графіки [4, с. 109].

Для позначення цього явища використані різні терміни. Наприклад, Л. Веденіна запропонувала термін «графічна стилістика», який означає «спеціальні засоби впливу на зорове сприйняття людини», А. Баранов і П. Паршин

назвали це явище метаграфемікою та параграфемікою [5, с. 129]. Можливості параграфеміки мова засобів масової комунікації застосовує давно, оскільки експресивність є її складником. Особливістю прийомів графічної трансформації, на думку І. Клюканова, є те, що «основною ознакою паралінгвістичної інформації, представленій в письмових текстах, варто визнати її компліментарний характер: супроводжуючи вербальне повідомлення, паралінгвістичні знаки беруть участь у передаванні його конотативної частини ... додаткові експресивно-емоційні й інші характеристики графічних компонентів тексту мають, на відміну від стилістичних конотацій словесних знаків, особливе матеріальне вираження, розраховане на зорове сприйняття» [5, с. 129]. Про моделювання ігрових ситуацій як досить помітне явище в текстах масової комунікації говорить Ю. Щуріна, підкреслюючи, що перехід від нейтрального стану до забарвленого колоритом мовної гри все більше й більше помітний у текстах сучасних ЗМІ, стаючи тенденцією їх розвитку [6, с. 82–84].

Постановка завдання. Посилення тенденції відеотизації спричинило необхідність детального вивчення нових засобів, оскільки порушення сенсорного балансу активізувало вживання різних графічних елементів у медіатекстах. Метою статті є виявлення тенденцій графічної модифікації слова в сучасних медіатекстах.

Виклад основного матеріалу. Мова засобів масової комунікації є каталізатором змін на різних рівнях мови. У дослідженні Г. Черемхівка визначає, що «розширення й ускладнення функційного апарату ЗМІ (функція розважальна, соціально-креативна, естетична, оцінна тощо); посилення функції впливу ЗМІ (і зміни її змістового наповнення, відхід від агітації та пропаганди); активна дія емотивної, експресивної, апелятивної, фатичної, комунікативної мовної функції; лексико-семантичні, синтаксичні, фразеологічні інновації; зміни в образі автора (лінгвістична креативність, перевага особистісного початку) й активна позиція користувача ЗМІ; розширення інформаційних каналів (поширення мережних текстів); загальні тенденції розважальності, гламуризації, відеотизації, жаргонізації, розмовності, епатажності зумовили певні зрушення у стилістичному фонді мови сучасної масової комунікації» [7, с. 54–55].

З погляду стилістики медіатекст є потужним джерелом формування суспільної думки. Він оформлюється в межах публіцистичного стилю й має відповідні функційно-стильові ознаки: актуальність, прагматичну спрямованість, установка на новизну форми та змісту, інформативність, стереотипність, діалогічність, регулятивність, маніпуля-

тивність, соціальну оцінність, ідеологізованість, документалізм, мозаїчність (фрагментарність), інтертекстуальність. Тобто більшість названих властивостей «балансує», визначаючи тим самим розмаїття стилістичних реалізацій медіатексту [8, с. 7]. На підвищення експресивності медіатексту як засобу привернення уваги адресата, вираження ставлення до повідомлюваної інформації, оцінні акценти; наявність оцінних епітетів; насиченість тексту алюзіями, цитатами; широке функціонування образної фразеології та ідіоматичної лексики, зокрема «деформованих» ідіом, мовної гри, каламбурів, приказок і прислів'їв; широке використання інших стилістичних засобів, прийомів і фігур звертає увагу й А. Мікоян [9, с. 445–448]. Тобто семантичне наповнення стилістичних засобів змінюється за рахунок розширення їх емоційно-оцінного діапазону.

Дослідники графічної та орфографічної модифікації слова вживають різні терміни – це й графічна оказіональність, і графічні інновації, маючи на увазі будь-які відступи від графічної та орфографічної норми мови; маркування тієї чи іншої мовної/мовленнєвої одиниці за допомогою різних графічних засобів, що призводить лише до нової (оригінальної) візуалізації; і графіксація, тобто спосіб утворення слів, при якому словотвірним елементом є графічні й орфографічні засоби. І. Смушинська розглядає зміни форми слова з погляду стилістики, тобто як фігури слова, до яких відносять усі засоби, що «деформують» чи «модифікують» форму слова. Результатом такої «модифікації» є поява додаткового стилістичного ефекту [10, с. 285–286]. Графічні засоби певним чином «унаочнюють» вербальний зміст повідомлення, створюють виразний графічний малюнок медіатексту, стимулюють увагу масового адресата, розриваючи або деформуючи звичний синтаксичний лад мовлення. Тобто ми можемо говорити про графічний дизайн [11, с. 36], оскільки медіатекст не можна сприймати лише як писемне мовлення. Візуальний складник, графічне, шрифтове та кольорове оформлення є його важливими елементами. Графічний простір, як відомо, є невід'ємною частиною письмового тексту. Поза ним текст принципово не реалізується, оскільки будь-яка інформація не може існувати без відповідного оформлення.

Про змістовий потенціал графічних засобів ще в 1912 році писав Бодуен де Куртене: «Оптичні альтернативи графем можуть бути утилізовані (використані) у зв'язку з різницею морфологічних і семасіологічних уявлень мовного мислення, тобто у зв'язку з формою та зі значенням. Це буде «морфологізація» й «семасіологізація» писано-

зорових (оптичних, графічних) розбіжностей. Така є розбіжність великих і малих літер, розбіжність уставу, курсиву та розбивки (у друці), розбіжність напису підкреслених і непідкреслених літер (на письмі) тощо» [12, с. 23–24].

Дослідники мови засобів масової комунікації почали вживати термін «графічна гра», який набув широкого популярності у зв'язку з поширенням самого феномена: у публіцистиці, у рекламах сьогодні мода на графічні ігри [13, с. 66]. Як зазначають науковці, графічна гра (графічний каламбур) полягає у виділенні тієї частини слова, що має бути сприйнята як активний елемент – актуалізатор оригінального смислу [14, с. 113] – і поза кодом конкретного носія [14, с. 60–61].

Під графічною грою розуміється маніпулювання засобами графіки, до яких належать букви, розділові знаки. Окрім того, до засобів графічної гри відносять і різні прийоми скорочення слів, використання пробілів між словами, прописних літер, відступів, можливих підкреслень, закреслень, а в друкованому тексті ще й шрифтові виділення. Досить продуктивними є літерні графічні модифікації. Заміна малої літери великою в межах усього слова чи групи слів у медіатекстах спостерігається найчастіше. Виокремлення слова в графічній конструкції дає змогу розширити семантику вислову, надати додаткової експресивності. Наприклад: *Твою ж ти дивізію! Багато викидів у атмосферу – це погано. Але МАЛО викидів – це ЩЕ ГІРШЕ)))*

*Повідомляється про ПІДВИЩЕННЯ світової температури **через СКОРОЧЕННЯ викидів в атмосферу! Ще раз – через СКОРОЧЕННЯ викидів в атмосферу, Карл! Повітря очистилося внаслідок глобального локдауну, і сонячному промінню ніщо не заважає нагрівати планету. Є викиди – будемо боротися за їх скорочення. Нема викидів – будемо боротися за їх збільшення. Отак і дурять легковірних отими «змінami клімату через ЛЮДСЬКИЙ ФАКТОР»... А якщо пригадати, що клімат в історії планети БАГАТО разів ГЛОБАЛЬНО змінювався. Понад 70 країн (!!!) сьогодні вже почали масове вакцинавання своїх громадян.***

*В Україні досі НЕМАЄ ЖОДНОЇ ЛЕГАЛЬНОЇ ВАКЦИНИ!!! А в цей час... Зеленський зібрав у «Парковому» чиновників і Слуг народу та розповідає їм про КОЛОСАЛЬНІ УСПІХИ ВЛАДИ в подоланні КОВІДУ!!! (<https://gorlis-gorsky.livejournal.com/>); Для «русскіх» ви завжди залишитесь «нахлами», тільки свійськими, якими можна командувати (<https://site.ua>); По-перше, чому цей дзвінок – піар і тільки піар? Та тому що не змінить цей дзвінок абсолютно **НІ ЧОРТА.***

(Зеленський дзвонить на «Pfizer») (<https://site.ua>); Дану постанову вони застосували заднім числом з 1 листопада і ~~перерахували~~ відмінили субсидії (<https://www.ponomaroleg.com/>). І. Кочан вважає, що велика буква підкреслює центральну позицію певної назви в контексті, концентрує увагу на тому чи іншому понятті-образі, персоніфікація цього образу зумовлює його логічне довершення та перехід назви в розряд власних імен, причому персоніфікованість у більшості випадків має не зовсім звичний вияв, витворений образ завжди співзвучний чомусь конкретному, вимірному і є ключовим, центральним [15, с. 159]. Проте графічно увиразнюються, як правило, прості, неемоційні та необразні слова чи словосполучення. Курсивний чи жирний тип шрифту в поданих прикладах також акцентує увагу читача на тих змістових блоках, які прагне виділити автор, полегшуючи загальне сприймання образної інформації, поданої в медіатексті.

Візуальна виразність представлених графічних модифікацій допомагає автору медіатексту поставити смислові, експресивні акценти на змістовно значущих відрізках висловлення, сфокусувати й затримати на них увагу реципієнта, до того ж вони вирізняються на тлі інших мовних одиниць розміром, а тому легко запам'ятовуються читачу. Порушення норм графіки та орфографії сьогодні сприймається не як незнання українського правопису, а як реалізація комунікативної норми, тобто бути яскравим, емоційним, помітним для свого читача.

Існує й ширший підхід до арсеналу графічних засобів: до параграфічних елементів у друкованому тексті належать шрифтові виділення та варіювання, надрядкові та підрядкові позначки, різноманітні «зірочки», крапки й інші способи графічної рубрикації тексту, а в широкому розумінні тексту – математичні знаки, літери інших алфавітів і, звичайно ж, розділові знаки [16, с. 121]. Також у медіатекстах активно представлені графічні експресеми, які являють собою різноманітні модифікації структури слова – «уживлення» нелітерних елементів (дужок, дефісів тощо). Таким одиницям властива виразна образність, емоційність. Наведемо приклади використання різних засобів графічної гри: *Окупований Крим, Саки, 13/02/2021. Кадетський. Корпус. Союзу. Ветеранів. Зведеного. Полку. Народного. Ополчення... Чи просто сакська секта путлер'югенду. Просто зарядка з автоматами. Тонус підвищити.* (<https://news.obozrevatel.com/ukr/society/novini->); *«ПУТИН – @#%!»: Порошенко розірвав опзж за 2 хвилини у Верховній Раді* (<https://ibigdan.livejournal.com/>); *Де ж ті всі фірми з спільним бізнесом і санкції проти них? Прекрасний же шанс показати наріду конкретний*

факт спільного бізнесу Порошенка і Медведчука і шарахнути по конкурентах санкціями. 4 зайці за 1 постріл (<https://gorlis-gorsky.livejournal.com/>); Найголовніше, що у самій Німеччині ВСІ (!) ключові мас-медіа підтримали справедливості аргументів українського посла та одним фронтом стали на його бік... На цьому вражаючому фоні у німецькій пресі з'явився аж ... 1 коментар на захист Штайнмаєра (RND), і той дуже куций і зовсім не переконливий (<https://ibigdan.livejournal.com/>); Є ще одне слово, навіть складніше для мДск@лів за «паланицю» – «НІСЕНІТНИЦЯ») Контрольний в бошку) (<https://gorlis-gorsky.livejournal.com/>).

Т. Попова пропонує позначати всі випадки гри з графічними засобами мови загальним терміном «графодеривація», а самі одиниці – графодериватами [17, с. 231], хоча сьогодні дослідники говорять про цей термін як родовий, оскільки графічна гра в медіатекстах представлена багатьма різновидами, які вже отримали свої назви в наукових розвідках мови ЗМІ.

У мовознавстві графічні виділення науковці трактують по-різному. Одні характеризують це мовне явище як графічну неологію, зокрема графічні оказіоналізми, необґрунтовано уникаючи графічної зміни шрифтів, пунктуації, інших текстових виділень [18, с. 199]; інші говорять про їх застосування задля створення комічного ефекту, гри слів; треті невідповідність нормам графіки й орфографії розглядають як реалізацію комунікативної норми, зумовленої завданнями медіатексту, – бути яскравими, помітними, емоційними насиченими. Як зазначає О. Грищева, не існує єдиної назви цим лінгвоодинаціям, мовознавці послуговуються такими термінами, як візуальні неологізми, неологізми-написання (О. Маринова), графічні оказіоналізми (Б. Кривенко, О. Странной, Т. Сурикова), узуально-аббревіатурні контаміанти (О. Бєглова), новотвори-гібриди (Л. Рацибурська), гібридні слова (В. Костюков), графічні каламбури (В. Костомаров), графодеривати (Т. Попова), графічні варіанти слова (Г. Іванова), кентаври (Л. Крисін), монстри (З. Пономарьова) [19, с. 82–83]. У вітчизняній медіалінгвістиці нау-

ковці найчастіше послуговуються терміном «графон», запропонований В. Кухаренко, на думку якої, графон – це «навмисне порушення графічної форми слова або словосполучення, використовуване для відображення його справжньої вимови» [20, с. 6]. Графон як фігура мовлення компресує інформацію, що закладена в певну словесну форму, деформує її чи сприяє семантичному нарощуванню нових значень. Графони використовуються також задля псевдомотивації, коли формується новий контекст для слова, утворюються нові зв'язки між значеннями [21, с. 192].

Проте й до сьогодні однозначного тлумачення терміна немає. Багатоплановість цього феномена утруднює несуперечливе й вичерпне його визначення.

Незаперечним є факт того, що інформативна функція вербальних і невербальних засобів композиції медіатекстів сьогодні переглядається. Вербальні засоби як головний носій інформації певною мірою втрачають свою роль через важкість прочитання текстів, а невербальні – зміцнюють свої зв'язки з типографікою, перебирають на себе частину інформативного навантаження.

Висновки і пропозиції. Отже, можна стверджувати, що сучасні медіатексти характеризуються тенденцією до активізації мовностилістичних засобів, графічних модифікацій слова, оскільки пошук оригінальних, інноваційних номінацій для осіб, фактів, подій спонукає їх авторів ламати узвичаєні моделі словотворення, граматики, знімаючи табу на сполучуваність слів. Графіко-орфографічні порушення норм скеровані передусім на гру, посилення апелятивно-експресивної функції мови, бо традиційні виразно-образні одиниці (метафори, епітети, гіперболи, дисфемізми, евфемізми, антитези, інверсії, прецедентні явища, мовна гра, штампи тощо) не задовольняють творців тексту, які прагнуть мовної свободи у вираженні свого бачення реальної дійсності.

Сьогодні весь спектр стилістичних можливостей графічних засобів ще недостатньо досліджений. Автори масмедійних текстів шукають усе більш нових засобів вираження графічної експресивізації, для якої Інтернет дає широкі можливості.

Список літератури:

1. Чемеркін С. Г. Українська мова в Інтернеті: позамовні та внутрішньоструктурні процеси. Київ, 2009. 240 с.
2. Борисова С. С. Персуазивные стратегии в аналитических жанрах медиатекста (на материале немецкого языка) : дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.04 «Германские языки». Орел, 2016. С. 4.
3. Корконосенко С. Г. Основы журналистики : учебник для вузов. Москва, 2002. С. 102.
4. Бусурина Е. В. Функционирование эрративов в виртуальной и реальной коммуникации. *Русский язык: исторические судьбы и современность* : IV Международный конгресс исследователей русского языка (Москва, МГУ имени М. В. Ломоносова, 20–23 марта 2010 г.) : труды и материалы. Москва : Изд-во Моск. ун-та, 2010. С. 109.

5. Фещенко Л. Г. Структура рекламного текста. Санкт-Петербург : Петербургский ин-т печати, 2003. 232 с.
6. Щурина Ю. В. Игровые стратегии в дискурсе современной массовой коммуникации. *Современная филология: актуальные проблемы, теория и практика*. Красноярск, 2007. С. 82–87.
7. Черемхівка Г. Є. Тропи і фігури у медіатекстах початку ХХІ ст. : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 «Українська мова». Кривий Ріг, 2015. 213 с.
8. Марьянчик В.А. Медиа-политический текст: сценарии, нормы, стереотипы : монография. Архангельск : Поморский университет, 2011. 282 с.
9. Микоян А. С. Проблемы перевода текстов СМИ. Язык средств массовой информации / под ред. М. Н. Володиной. Москва : Академический Проект ; Альма Матер, 2008. С. 445–448.
10. Смушинська І. В. Фігури слова і сучасний дискурс. *Мовні і концептуальні картини світу* : збірник наукових праць / відп. ред. О. І. Чередниченко. Вип. 29. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2010. С. 284–289.
11. Казак М. Ю. Дискурсивность и интертекстуальность журналистского текста. *Современный дискурс-анализ*. Белгород, 2011. Вып. 3. С. 31–37.
12. Кухаренко В. А. Інтерпретація тексту : навчальний посібник для студентів старших курсів факультетів англ. мови. Вінниця : НОВА КНИГА, 2004. С. 23–24.
13. Максимов В. И. Графические игры. *Русская речь*. 2003. № 5. С. 66–68.
14. Реклама та PR у масовоінформаційному просторі / Т. Ю. Ковалевська, Н. В. Кондратенко, Н. В. Кутуза та ін. ; за заг. ред. О. В. Александрова. Одеса : Астропринт, 2009. 397 с.
15. Кочан І. М. Лінгвістичний аналіз тексту : навчальний посібник. 2-ге вид., перероб. і доп. Київ : Знання, 2008. С. 159.
16. Дзякович Е. В. Возможности пунктуации и параграфемии в современной печатной рекламе. *Словарь и культура русской речи : к 100-летию со дня рождения С. И. Ожегова*. Москва, 2001. С. 121–126.
17. Попова Т. В. Графодеривация в русском словообразовании конца XX – начала ХХІ в. *Русский язык: исторические судьбы и современность* : III Международный конгресс исследователей русского языка (Москва, МГУ им. М. В. Ломоносова, 20–23 марта 2007 г.) : труды и материалы. Москва : МАКС Пресс, 2007. С. 231.
18. Хоменко Г. Є. Функціонування графону в інформаційних текстах. *Науковий часопис НПУ ім. М. П. Драгоманова. Серія № 8 «Філологічні науки (мовознавство)»* : збірник наукових праць / відп. ред. О. І. Леута, С. В. Шевчук. Київ : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2012. Вип. 4. С. 199–205.
19. Грищева Е. С. Элокутивный аспект изучения графической окказиональности в современной лингвистике: к постановке проблемы. *Вестник военного ун-та. Научное обеспечение подготовки военных гуманитариев*. Москва, 2011. № 2 (26). С. 82–87.
20. Кухаренко В. А. Практикум зі стилістики англійської мови. Вінниця : Нова книга, 2000. 160 с.
21. Самыличева Н. А. Особенности графического словообразования в современных СМИ. *Вести Волгоградского гос. ун-та. Серия 2 «Языкознание»*. 2010. № 2 (12). С. 192.

Karlovas O. A. TRENDS IN GRAPHIC WORD MODIFICATION IN MODERN MEDIA TEXTS

The article focuses on the dynamics of language processes associated with the growing trend of videoization in the modern communicative space, which necessitated a detailed study of new means, since the sensory imbalance has intensified the use of various graphic elements in media texts.

It is noted that any graphic elements, as a powerful means of influencing the reader, occupy a prominent place in the stylistic structure of the media text. Nowadays, graphic design of modern media texts is not an auxiliary and purely service component of journalistic style. In addition to the formal function (text design), the system of graphic means is related to the content and expands the semantics of the statement with additional connotations and emotional shades.

Interpreting graphic means as a stylistically significant deviation from the standard or orthographic norm, researchers of graphic and orthographic modification of a word use different terms: graphic occasionalism, graphic innovations, marking a language/speech unit using various graphic means, graphixation, that is, the way words are formed. The term “graphic game” has also gained wide popularity, which means the manipulation of graphics, including letters, punctuation marks. In addition, the means of graphic game include various methods of abbreviating words, the use of spaces between words, capital letters, indentations, possible underlining, and typeface selection in printed text.

The informative function review of verbal and non-verbal elements of the media text composition proves that the latter take over part of the information load, becoming an effective factor in the emotional and evaluative perception of information by the audience.

Key words: media text, graphic means, language game, graphic game, expressiveness, modification.