

УДК 811.111'42'33

ЗАСОБИ ТА ПРИЙОМИ ЛІНГВАЛЬНОЇ ГРИ У СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Макарук Л. Л.

Статтю присвячено дослідженню графічної гри в сучасній англійській мові. Проаналізовано графічну гру як складову графічної лінгвістики. Звернуто увагу на категорійно-поняттєвий апарат, який стосується графічної гри. Окреслено ключові засоби та прийоми графічної гри, які складають значну частину її спектру.

Ключові слова: графічна гра, прийом, шрифт.

Статья посвящена рассмотрению графической игры в современном английском языке. Проанализировано графическую игру как неотъемлемый компонент графической лингвистики. Обращено внимание на категорийно-понятийный аппарат, который касается графической игры. Охарактеризировано ключевые средства и приемы графической игры, которые составляют значительную часть ее спектра.

Ключевые слова: графическая игра, прием, шрифт.

This article deals with the investigation of graphic play in English. Graphic play has been analyzed as a part of graphic linguistics. Extensive attention has been focused on the terminology that is connected with graphic linguistics, and the means and types of graphic play which are an integral part of the process have been defined.

Key words: graphic play, type of graphic play, font.

Арсенал графічних засобів англійської мови, яким ми послуговуємося нині, є результатом еволюції людства, яке постійно самовдосконалюється, шукаючи нові способи та засоби самовираження. Сучасний графічний англійський інвентар, значну частину якого складають позначки літер, тривалий час перебував у процесі становлення та розвитку. Вочевидь, вони не одразу стали такими, якими ми їх звикли бачити. Це результат довготривалої та копіткої праці поколінь, які вважали, що недоліки однієї системи письма можна усунути створенням іншої, яка, протягом певного періоду була кращою та досконалішою, на відміну від попередньої. Так, виникненню сучасного англійського алфавіту передувало вузликоне, клинописне, піктографічне, ідеографічне та силабічне письмо. Однак, жодна із цих систем, як і сучасний алфавіт, не є ідеальними.

Будучи свідками та новаторами низки нових тенденцій, з впевненістю можна стверджувати, що досконалість не має меж. ХХІ століття принесло нечувані зміни не тільки у спектр графічних засобів, а й досить неочікувано змінило їх функціональне навантаження. Це дозволило мовознавцям радикально змінити свою точку зору щодо лінгвістичної спрямованості та значущості графічних засобів, їх безпосереднього взаємозв'язку з текстом. Т. van Leewen [15] зазначає, що параграфемні засоби є важливою та невід'ємною композиційною частиною тексту. Вони дозволяють ідентифікувати додаткове значення.

Відносно недавно термінологічний апарат лінгвістики поповнило нове, на перший погляд, досить незвичне поняття “графічна гра”. С. В. Ільєсова та Л. П. Амїрі зазначають, що під графічною грою розуміють маніпулювання засобами графіки, до яких відносять літери та знаки пунктуації [5, с. 56]. “Крім того, до графічних засобів належать різні прийоми скорочення слів, використання пробілів між словами, великих літер, відступів, підкреслень, а у друкованому відтворенні тексту використовують ще й знак наголосу” [13, с. 102]. Атипові графічні комбінації, різні прийоми графічної розглянуто у роботах В. Г. Костомарова [7; 8], І. О. Нефляшевої [11], Л. Г. Фещенко [14]. В. Г. Костомаров номінує графічні неологізми каламбурами.

Єліна О. А. виділяє три групи параграфемних елементів: синграфеміку, параграфеміку та топографеміку. Синграфеміка – це механізми пунктуаційного

варіювання. Специфіка цієї групи полягає у тому, що знаки пунктуації можна ставити у будь-якому місці в реченні, і на початку, і посередині, і в кінці. Супраграфеміка – це механізми шрифтового варіювання. Виокремлюють два способи шрифтового варіювання: 1) зміна кольору та розміру літер; 2) зміна кольору, розміру та кеглю. Топографеміка – це механізм варіювання процини та просторового розміщення тексту [4].

Єліна О. А. [4] також зазначає, що, зазвичай, ці можливості (синграфеміку, параграфеміку та топографеміку) використовують неізолювано, а у поєднанні зі шрифтовим варіюванням. Дослідниця зауважує, що до засобів параграфеміки відносять також графічні спотворення (перекручування, викривлення). Виокремлюють дві групи таких прийомів: графічні виділення, які створюють можливість подвійного прочитання фрази чи тексту та зумисні орфографічні помилки, які надають повідомленню додаткових смислів.

На думку Є. В. Дзяковича “до параграфемних елементів у друкованому тексті належать особливості шрифтового варіювання, нарядкові та підрядкові знаки, “зірочки”, крапки, та інші способи рубрикації тексту, а у широкому розумінні тексту – математичні знаки, букви інших алфавітів і, звичайно ж, знаки пунктуації” [3, с. 121].

Анохіна Т. О. вважає, що до засобів параграфеміки належить “капіталізація, декапіталізація, курсив, незвичайне написання, абзац, іконічний набір” [2, с. 73]. Анісімова О. Є. до паралінгвістичних засобів зараховує “графічну сегментацію тексту і його розміщення на папері, довжину рядка, пробіли, шрифт, колір, курсив, розбивку (сторінки), стягнення, лінійні підкреслення та окреслення, типографічні знаки, графічні символи, цифри, допоміжні знаки (наприклад: §, №, %), засоби іконічної мови (малюнок, фотографія, карикатура, таблиця, схема), незвичне написання слів і розміщення знаків пунктуації, формат паперу, ширину полів, а також інші засоби, набір яких не є чітко фіксованим і може варіюватися залежно від типу конкретного тексту” [1, с. 7].

До параграфемних елементів у друкованому тексті крім наведених вище, дослідники також відносять рядкові й підрядкові значки, математичні знаки, фізичні та грошові символи, знаки інших алфавітів, розділові знаки. Зважаючи на підходи учених, які окреслені вище, зазначимо, що спектр паралінгвальних засобів є досить об'ємним. Майже усі вони можуть бути важливими складовими тексту та виконують низку функцій. У багатьох випадках їхнє використання виходить за рамки усталених норм і правил, що й, відповідно, створює ефект гри. Відповідно до цього, змінюється їхнє призначення та функції.

Беручи до уваги полівекторність підходів, яка домінує у роботах сучасних дослідників зауважимо, що нині досить гостро постає проблема уніфікації та інвентаризації паралінгвальних засобів. Очевидно, що не усі вони входять до тих переліків, які представлені вище. Закономірно, що є й інші засоби, які належать до спектру паралінгвальних засобів та відіграють важливу роль у творенні самого процесу та його функціонуванні загалом.

Виникає закономірне питання, чи можливо взагалі їх стандартизувати, якщо новітні технології розвиваються так стрімко, що те, що сьогодні вважають незвичним, завтра може стати нормою, частиною буття, а відтак і спілкування. Незважаючи на те, що англійська лінгвальна гра нині перебуває у процесі становлення та розвитку учені вже виокремлюють низку процесів, які є характерними для неї. Зауважимо, що прийоми графічної гри не є універсальними для усіх мов. Вони є специфічними і залежать від самої мови та її графіки загалом.

Спектр писемних знаків, якими ми послуговуємося на письмі досліджують у рамках графіки, під якою розуміють “сукупність усіх засобів письма (літер і допоміжних знаків), які використовують для передавання звукової мови” [6, с. 176].

В рамках графіки розглядають форму літер, їх розміщення, напрям, розмір. Вивчаючи друковане мовлення, до уваги також беруть різні шрифти. Шрифт [16]

1) повний комплект друкарських літер певного типу й рисунку, необхідний для набору тексту; 2) графічна форма літер при написанні, характер малюнка написаних літер, накреслення букв та знаків, що складають єдину композиційну та стилістичну систему.

Гра зі шрифтом передбачає використання різних шрифтів (кеглю, насиченості). Одночасна гра кольором та шрифтом сприяє ефективнішій графічній репрезентації інформації з мінімальним використанням тексту. Зважаючи на диференціацію, запропоновану О. А. Єліною цей тип лінгвальної гри є складовою параграфеміки.

Ільясова С. В. та Амірі Л. П. вважають, що “саме злиття словесної і візуальної мови максимально сприяє успішній реалізації рекламного тексту. Вони також зазначають, що “у рекламі графічні прийоми використовують з метою привернення уваги реципієнта (потенційного користувача); графічна трансформація слова чи тексту дозволяє отримати додатковий зміст” [5, с. 92]. Зауважимо, що це стосується не лише рекламних текстів.

Гру зі шрифтом та кольором у лінгвістиці номінують псевдочленуванням. “Суть цього прийому полягає у тому, що за допомогою шрифту і кольору із ключового слова, рекламowanego поняття – можна одержати додаткове, незаплановане значення. Іноді таке додаткове значення пов’язане з основним значенням” [5, с. 92]. Серед різновидів псевдочленування виокремлюють такі: псевдочленування в рамках одного слова, псевдочленування в рамках кількох слів або усього тексту.

Шрифти диференціюють за гарнітурою (об’єднання різних за кеглем та нарисом, але однакоvim за характером накреслення шрифтів); за нахилом (прямий, похилий, курсив); за насиченістю (контурний, світлий, ужирений, напівжирний, жирний, над жирний); за шириною (надвузький, вузький, нормальний, широкий, надширокий); за ілюміновкою (оконтурений, відтінений, штриховий, орнаментований, негативний, кольоровий); за розміром (кеглем) [16].

Карпенко Ю. О. зауважує, що у друкарській графіці розмежовують різні шрифти, наприклад, корпус, петит (за розмірами), світлий, півжирний (за товщиною), курсив, прямий (за нахилом чи його відсутністю) тощо [6, с. 176]. За призначенням розрізняють службові, основні, додаткові та видільні шрифти [10].

Для сучасної англійської мови характерними є кілька процесів, що у сукупності становлять графічну гру притаманну саме англійській мові. Це шрифтова гра (капіталізація, злиття), гра з антропонімами, топонімами, гра з назвами та аббревіатурами. В англійській мові чітко прослідковується тенденція виділяти певні частини слова іншим, відмінним шрифтом чи кольором або принаймні кеглем. Такий процес дістає усе більше номінацій, які вважають синонімічними: візуальні неологізми або неологізми-написи [10, с. 127-128], графічні okazіоналізми [9, с. 123], графодеривати [12].

Капіталізація – один із найпоширеніших процесів у сучасній англійській мові. Йдеться не лише про написання усіх літер певного слова, висловлювання або речення з великої літери, що для англійської мови, наприклад, у заголовках є нормативним, йдеться про виділення однієї літери, двох і більше, на фоні інших. Кількість виділених літер може варіюватися та залежить від авторських інтенцій, іноді від самого слова, в рамках якого, можна виокремити ще одне слово чи буквосполучення. В одному слові можуть виділяти одну або й усі літери, крім однієї. За місцем знаходження виділеного сегменту виокремлюють капіталізацію на початку слова, посередині або в кінці. На нашу думку, з лінгвістичної точки зору, таку капіталізацію доцільно було б йменувати ініціальною та фінальною.

Для англійської мови типовим є виділення першої літери відмінним кольором та шрифтом та значне збільшення її розміру у порівнянні з усім текстом. Капіталізація характерна й для одного слова у заголовку, яке може мати відмінний кегль на фоні інших слів. Такий тип капіталізації можна іменувати суцільним.

Проведений аналіз свідчить про те, що шрифт має й лінгвістичну цінність. Нині це просто технічний, друкарський засіб, який слугує “оболонкою”, яка оформлює усне мовлення у відповідне висловлювання. Це ефективний засіб маніпуляції цільовою аудиторією.

Шрифт як важливий композиційний елемент рекламного тексту виконує низку функцій [1]: атрактивну, змістовиділяючу, експресивну, характерологічну, символічну, сатиричну та естетичну. Суть атрактивної функції полягає у тому, що

всі елементи графічної організації тексту (наприклад, величина букв, їхній шрифт, відстань) спрямовані на те, щоб привернути увагу адресата.

Правильно підібраний шрифт та колір сприяє виокремленню адресатом одного повідомлення на фоні інших. Змістовиділяюча функція спрямована на привернення уваги потенційного читача до найважливіших частин вербального компоненту за допомогою варіювання гарнітур та кеглю шрифту. Експресивна функція ґрунтується на емоційно-виразній специфіці шрифту. Залежно від цих якостей шрифт поділяють на шрифт з раціональними та шрифт з емоційними особливостями.

Вибір шрифту визначається характером тексту та авторським задумом. Рукописний шрифт використовують для створення атмосфери довіри. Характерологічна функція ґрунтується на тому, що текст може викликати певні асоціації, що пов'язані з культурою етносу. Символічна функція полягає в тому, що текст може асоціюватися з абстрактними поняттями. Сатирична функція – це здатність шрифту в поєднанні з іншими засобами створювати сатиричний, або ж гумористичний ефекти. Естетичну функцію реалізують через образність тексту, його вплив на почуття адресата. Важливо також зауважити, що, на нашу думку, характерологічну функцію доречніше було б номінувати акумулятивною, оскільки шрифти також передають та зберігають культурні надбання окремих етносів, передаючи їх у такий спосіб від покоління до покоління.

Гра з антропонімами є ще одним важливим лінгвальним процесом. Йдеться про власні назви. Гра здебільшого відбувається з прізвищами політиків, або відомих людей у будь-яких сферах діяльності. Не менш активним способом є гра з топонімами (географічними назвами). Зауважимо, що і перший, і другий, різновид гри прослідковуємо на початку слова, посередині, і в кінці. Окремо виокремлюють гру з певними назвами.

Важливе місце посідає гра з абревіатурами. Зауважимо, що вона теж, на відміну від звичних абревіацій, досить специфічна, оскільки сама абревіатура може бути сформована за посередництвом низки літер, які в рамках одного слова можуть посідати різні позиції. Для цього типу принцип послідовності не є характерним. Здебільшого, його не дотримуються взагалі. Однак, сукупність кількох великих літер на фоні малих дають можливість утворити бажану абревіатуру. Крім того, є також випадки коли літери, які утворюють абревіатуру, розташовані поруч (на початку слова, посередині або в кінці). Це залежить і від самого слова, в рамках якого можна виділити задуману абревіатуру. Є також випадки, коли продуценти вдаються до зміни однієї із літер, яка може впливати на утворення потрібної абревіатури.

Мовлячи про графічну гру слід згадати й про графогібридизацію (термін запропонований Т. В. Поповою) [12, с. 231]. На думку ученої, це "оформлення новостворених за допомогою графічних засобів різних мов" [12, с. 231]. Зауважимо, що цей різновид графічної гри непритаманний англійській мові. Щодо української чи російської мов, то використання латинських літер у поєднанні з графічними засобами української чи російської мов є досить частотними. Більше того, комбінація літер латинського алфавіту та українського свідчить про гру та порушення усталених правил.

Ще одним різновидом графічної гри можна вважати побудову тексту та його локацію. Відповідно до цього, виокремлюють три способи побудови: вертикальний, горизонтальний та діагональний ("принцип кросворду") [5, с. 93]. Цей перелік можемо доповнити перехресним та ситуативним способом розміщення. Зважаючи на диференціацію, запропоновану О. А. Єліною, такий різновид гри можна розглядати в рамках топографіки. На нашу думку, амбіграми та графони теж повинні стати частиною категорійно-поняттєвого апарату графічної лінгвістики, оскільки вони слугують основою створення деяких типів графічної гри.

Серед інших прийомів, які є характерними для англійської мови виокремимо такі: дефіксація, квотація, паренсезис, злиття, виправлення, вставки. З-поміж перерахованих вище типів для англійської мови типові лише деякі, такі як дефіксація, квотація, паренсезис та злиття. З погляду графічної гри, дефіксація – це атипове

використання дефісу, поділ слова на кілька складів, або інші варіанти його залучення, які виходять за межі звичних.

Процес квотації (гра з лапками) полягає у варіюванні лапками (їхніми розмірами та формою), що, відповідно, трансформує їх первинні функції. Для англійської мови, характерними є такі типи квотації: двоелементна подвійна квотація (традиційне використання подвійних лапок), одноелементна подвійна квотація (відкриття або закриття подвійних лапок), двоелементна одинична квотація (використання одиничних лапок (закриття і відкриття)) та одноелементна одинична квотація (використання одного з елементів одиничних лапок). Крім того, окремим типом може бути використання одиничних або подвійних лапок, які розміщені поблизу але не поруч з реченням або висловлюванням але, очевидно, є його невід'ємною частиною. Паренсезис (гра з дужками) є типовим для рекламних текстів, однак цей процес не надто поширений.

Отже, лінгвальна гра – типове явище у сучасній англійській мові. Вочевидь, що одним із ключових питань, яке потребує розв'язання, є уніфікація та стандартизація паралінгвальних засобів, які відіграють важливу роль та, відповідно, є основними одиницями, що створюють ефект гри.

Графічна гра є важливою складовою графічної лінгвістики. Типологія графічної гри потребує певних уточнень, як і номінація більшості процесів та їхня специфіка. На нашу думку, спектр англійської лінгвальної гри може бути розширений за рахунок графонів та амбіграм. Прийоми лінгвальної гри не є універсальними для усіх мов, частина з них є специфічними і притаманними лише одній конкретній мові. Не можна також стверджувати, що усі охарактеризовані вище типи гри характерні для усіх дискурсів без винятку. Для сучасної англійської мови найтиповішими є гра зі шрифтом та квотація.

Проведений аналіз засвідчує, що лінгвальна гра не зводиться лише до використання параграфемних засобів. Функціонують також й інші немовні знаки, які є важливими складовими тексту та створюють ефект графічної гри. Перспективними та вагомими видаються подальші розвідки прийомів лінгвальної гри з урахуванням семантичних, синтаксичних та прагматичних особливостей.

Література

1. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолированных текстов) : учеб. пособие [для студ. фак. иностр. яз. вузов] / Е. Е. Анисимова. – М. : Изд. центр “Академия”, 2003. – 128 с.
2. Анохіна Т. О. Семантизація категорії мовчання в англійському художньому дискурсі : монографія / Т. О. Анохіна. – Вінниця : Нова Кн., 2008. – 160 с.
3. Дзякович Е. В. Возможности пунктуации и параграфемии в современной печатной рекламе / Е. В. Дзякович // Словарь и культура русской речи : к 100-летию со дня рождения С. И. Ожегова. – М. : Индрик, 2001. – С. 121–126.
4. Елина Е. А. Семиотика рекламы / Е. А. Елина. – М.: “Дашков и К”, 2009. – 136 с.
5. Ильясова С. В. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы / С. В. Ильясова, Л. П. Амири. – М. : Флинта, 2009. – 296 с.
6. Карпенко Ю. О. Вступ до мовознавства : підручник [для студ. вищ. навч. закл.] / Ю. О. Карпенко. – К. : Вид. центр “Академія”, 2006. – С. 166–181. – (Альма-матер).
7. Костомаров В. Г. Русский язык на газетной полосе / В. Г. Костомаров. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1971. – 268 с.
8. Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи: из наблюдений над речевой практикой масс-медиа / В. Г. Костомаров. – [3-е изд., испр. и доп.]. – СПб. : Златоуст, 1999. – 319 с.
9. Кривенко Б. В. Из жизни окказионализмов / Б. В. Кривенко // Русская речь. – 1994. – № 3. – С. 122–124.
10. Маринова Е. В. Визуальные неологизмы: новая графика “старых” слов / Е. В. Маринова // Вестник Нижегород. ун-та им. М. И. Лобачевского. Сер. “Филология”. – Вып. 1 (6). – Н. Новгород, 2005. – С. 127–132.
11. Нефляшева И. А. Новообразования в газетно-публицистическом стиле: системно-функциональный анализ : автореф. дис. ... канд. филол. наук / И. А. Нефляшева. – Майкоп, 1998. – 21 с.

12. Попова Т. В. Графодеривация в русском словообразовании конца XX – нач. XXI в. / Т. В. Попова // Русский язык: исторические судьбы и современность. : труды и материалы III Междунар. конгресса исследователей рус. яз. – М., 2007. – С. 230–231.

13. Русский язык : энциклопедия / Гл. ред. Ю. Н. Караулов. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – М. : Большая Российская энцикл. ; Дрофа, 1997. – 721 с.

14. Фещенко Л. Г. Структура рекламного текста: Учеб.-практ. пособие. / Л. Г. Фещенко. – СПб., [б. и.], 2001. – 260 с.

15. Leeuwen van T. Towards a semiotics of typography / T. van Leeuwen // International Design Journal + Document Design. – John Benjamins Publishing Company. – 2006. – № 14 (2). – P. 139 – 155.

16. Шрифт – [Электронный ресурс]. – Режим доступа :
<http://uk.wikipedia.org/wiki/Шрифт>.