А. В. Жаркова

Литовский эдукологический университет
Вильнюс, Литва
ana.zarkova@leu.lt

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ГРАФИЧЕСКОЙ ИГРЫ В СОВРЕМЕННОЙ РУССКОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЕ ЛИТВЫ (НА МАТЕРИАЛЕ ЕЖЕНЕДЕЛЬНИКА *«ЭКСПРЕСС-НЕДЕЛЯ»*)

Аннотация. В статье представлены наблюдения, касающиеся способов графической игры и их использования в современной литовской прессе на русском языке как средства повышения популярности издания. Исследование базируется на материале из одного из самых популярных изданий, выходящих в Литве на русском языке, еженедельника «Экспресс-неделя» за 2014 – январь 2015 года. Цель статьи – выделить наиболее распространённые в исследуемом издании приёмы графической игры.

Ключевые слова: *масс-медиа, графическая игра, приёмы графической игры*.

ВВОДНЫЕ ЗАМЕЧАНИЯ

Современные СМИ для усиления воздействующей функции активно используют графические средства. К ним относятся «различные приёмы сокращения слов, использование пробелов между словами, прописных букв, отступов, возможных подчёркиваний, а в печатном воспроизведении текста – к тому же и шрифтовых выделений» [РЯЭ, 1997: 102]. В настоящее время в газетно-публицистических текстах используется графОн – фигура речи, представляющая собой стилистически значимое отклонение от графического стандарта и/или орфографической нормы и имеющая прагматическую нагрузку (экспрессивно-выделительную, эмоционально-оценочную, эстетическую) [Сковородников, 2003: 145]. В современной публицистике распространилась мода на графическую игру – использование разнообразных средств параграфемики: шрифтового выделения, варьирования шрифтов, символов, скобок, кавычек и др., направленное на реализацию воздействующей функции языка СМИ и рекламы [Ильясова, Амири, 2012], что связано со стремлением к выразительности

печатного текста, то есть к свойству речи обращать на себя внимание и запоминаться.

Графические средства и приемы активно изучаются современными исследователями, которые отмечают, что диапазон графической игры в языке современных СМИ очень широк.

«Собственно графические приёмы – это приёмы, воспроизведение которых в речи, как в устной, так и в письменной, невозможно или не нужно, так как зрительного представления... текста для адекватного восприятия вполне достаточно» [Там же: 67]. Складывается терминологический аппарат для обозначения разных графических средств и приёмов, среди которых выделяют следующие:

1) использование прописных букв вместо строчных или, наоборот, строчных вместо прописных; 2) включение в графический облик слова элементов иных знаковых систем (использование латиницы вместо кириллицы или цифр); 3) увлечение старорусской графикой; 4) графическое деление слова по усмотрению пишущего; 5) игра с цветом; 6) использование символов; 7) использование точек; 8) использование акростиха; 9) исправления; 10) написание без пробелов; 11) курсив и другая смена шрифтов (падающие буквы); 12) дефисация (морфемное членение слова с помощью дефиса); 13) факультативные кавычки; 14) отклонение от орфографической нормы, совмещённое с переосмыслением слова; 15) экскламация (использование восклицательного знака для разбиения узуального слова на две или более лексемы, обладающие прагматической значимостью); 16) слияние (написание сочетания слов целого предложения без пробелов); 17) грамматредупликация – повтор буквы; 18) графогибридизация – оформление новообразований с помощью графических средств разных языков; 19) псевдомотивация (разрушение устойчивых, привычных связей между словами и создание новых, неожиданных); 20) игра с именами собственными (антропонимами и топонимами); 21) игра с названиями; 22) игра с аббревиатурами [подробнее см.: Сковородников, 2003; Ильясова, Амири, 2012 и др.].

Графическая игра широко используется в современной российской публицистике, она находит отражение и в русскоязычных изданиях, выходящих в Литве.

Цель данного исследования – рассмотреть и выделить средства и приёмы графической игры, представленные на страницах еженедельника «Экспресс-неделя» (используемое сокращение Э-н); на основе изученного материала выделить «излюбленные»,

то есть частотные для данного издания, и отметить те средства и приёмы графической игры, которые не используются в изучаемом русскоязычном издании, выходящем в Литве.

Выбор для изучения материала из еженедельника «Экспресс-неделя» среди других газет и журналов на русском языке, выходящих в Литве («Литовский курьер»,«Обзор», «Пенсионер», преобразованная в газету «Вечерние новости» еженедельная газета «Республика» и нек.др.), объясняется популярностью этого издания среди читателей, что подтверждается результатами ежегодных рейтингов изданий. Объектом наблюдения послужили номера еженедельника «Экспресс-неделя» за 2014 – январь 2015 года.

Метод исследования – наблюдение над собранным материалом, стилистический анализ с опорой на лингвистическую литературу.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Среди средств графического оформления страниц рассматриваемого еженедельника прежде всего обращает внимание широкое использование цветовой палитры.

Игра с цветом. Стремление к яркости, броскости текста достигается умелым использованием цвета на страницах еженедельника. Самыми яркими страницами являются, как и во многих изданиях подобного типа, первая, вторая, предпоследняя и последняя страницы еженедельника. Первая страница последнего в 2014 году номера еженедельника (№ 52) оформлена использованием многоцветия красного, белого, синего, зелёного, коричнево-золотистого, серого, фиолетового цветов, с вкраплением некоторых элементов рисунков и фото чёрного, серебристого, голубого, оранжевого и светло-зелёного (салатового) цвета. Казалось бы, это объясняется тем, что перед нами страница предпраздничного, предновогоднего выпуска еженедельника. Для сравнения возьмём «обычный» № 22 еженедельника за тот же 2014 год, вышедший примерно за полгода до последнего номера, а именно 29 мая 2014 года. И опять на первой странице царит многоцветье: белый, красный, синий, чёрный, зелёный, голубой, золотистый, фиолетовый, причём цветными являются не только фото, но и шрифты текстов первой страницы. Использованы шрифты белого, красного, синего, чёрного цвета.

Некоторые шрифты и символы в еженедельнике оформлены в избранном цвете. Так, на последней странице помещена подборка анекдотов под призывом «Улыбнитесь!», для шрифта которого выбран светло-фиолетовый цвет. А на странице, где в каждом номере еженедельника помещён астрологический прогноз, символы знаков Зодиака, надписи под ними (Овен, Телец, Близнецы и др.), а также заголовок прогноза для каждого из знаков Зодиака, все они выполнены с использованием синего цвета на нежном, едва проступающем фоне ночного звёздного неба. Нескучными в цветовом оформлении являются и тексты статей еженедельника. Все названия страниц, статей выполнены с использованием шрифта одного или двух цветов. Можно сказать, что привычный чёрный цвет – это цвет шрифта основного текста статей и некоторых заставок. Благодаря такой игре с цветом, каждая страница текста является яркой и привлекающей внимание читателей.

Использование символов характерно для еженедельника «Экспресс-неделя». Символы условно можно разделить на две группы: постоянные, то есть используемые в каждом номере еженедельника, и встречающиеся в отдельных номерах издания.

К постоянным символам относятся символы-логотипы телевизионных каналов, размещаемые перед буквенным названием телеканала и программой передач (см. их изображения на с. 54–63 каждого номера). На странице, где находятся астрологические прогнозы для каждого из знаков зодиака, размещены и рисунки-символы каждого из них. На последней странице печатается колонка анекдотов, отделённых друг от друга символом-цветком. Страница «Афиша» украшена символом – изображением театральных масок рядом со словом «Театры»; страница «Афиша» кино – символом раскручивающейся киноленты; страница «Афиша» выставок – символом-изображением мольберта и доски с красками; страница «Афиша» концертов – символическим изображением саксофона; а страница «Афиша» фейерверков – символом-изображением вспышки фейерверка.

В отдельных номерах еженедельника встречаются символы евро и доллара. Весь 2014 год Литва жила в ожидании введения евро с 2015 года, поэтому в отдельных номерах еженедельника появлялись статьи на эту тему и, естественно, символ евро.

Использование шрифтового выделения. Выделение с помощью шрифта характерно для оформления постраничных статей еженедельника. Рассмотрим этот графический приём на

примере одного из номеров [Э-н, 2015, № 3]. Как правило, более «жирным» шрифтом выделяется первая буква заголовка страницы (***О*** *насущном*, ***В*** *столице*, ***В*** *Литве*, ***А****ктуально*, ***Г****остиная*, ***В****згляд* **и** др.), отдельные слова в заголовках (*Жулика выдаст* ***почерк*** и др.); первое слово анонса статьи (***Насилие*** *в близком окружении – неприятная и трудная тема. Но писать надо, чтобы помочь обществу справиться с проблемой*.....); подзаголовки в статье (***Смертельная статистика***), вопросы журналиста в тексте интервью.

Использование букв разной величины характерно для страниц, где расположены анонсы телевизионных передач и телепрограмм, например: «*Начистоту*». *Концерт EMINa*.[Э-н, 2015, № 1].

С помощью букв разной величины оформлен постоянный лозунг-заголовок *Без прикрас* **МЫ** *про жизнь и про нас.* На этой странице печатается статья-отклик на злободневные события, произошедшие в Литве и в мире [см., напр.: Э-н, 2015, № 3: 11]. Этот пример демонстрирует, что средства графической игры, используемые для оформления еженедельника, могут совмещаться. В рассматриваемом примере это не только буквы разной величины, но и напечатание слов разными видами шрифтов.

Графическое выделение сегмента слова (капитализация). Наибольшее распространение в языке современных российских СМИ, по наблюдениям исследователей [Ильясова, Амири, 2012], получило графическое выделение части слова – сегмента. Довольно часто встречается на страницах «Экспресс-недели» с анонсами телевизионных передач и телепрограмм как отражение российского явления в еженедельнике, выходящем в Литве. Например, в программе передач Первого балтийского канала отмечено название популярной в России музыкальной передачи *«ДОстояние РЕспублики»* [напр., Э-н, 2014, № 46: 63]. Выделение использованием прописных букв в каждом из слов названия телепередачи первых двух букв даёт название первых двух нот гаммы – ДО и РЕ. Для оформления названия местных телепередач капитализация тоже иногда используется (например, *«СпанчБоб»*[Э-н, 2015, № 1: 60] – в переводе на русский – Губка Боб – название американской детской передачи, транслируемой на литовском языке на региональном канале ТВ-3).

Использование наряду с кириллицей латиницы. Российские исследователи [Костомаров, 1994] объясняют использование латиницы в современных российских СМИ влиянием западной, в частности, американской рекламы и западной культуры. В

качестве подтверждающего примера приведу текст рекламного объявления о гастролях в Литве российской эстрадной певицы:

MakSim с группой. 6 февраля Siemens Arena Вильнюс 7 февраля ŠVYTURIO ARENA Клайпеда [Э-н, 2015, № 4: 99]. Псевдоним российской певицы напечатан на латинице. Если в рекламном объявлении речь идёт о гастролях в Литве англоязычного исполнителя, то текст объявления обычно включает слова на трёх языках – на английском, русском, литовском. В Литве причина включения латиницы в текст на кириллице и даже использование в русскоязычном издании целых текстов на латинице несколько иная, можно сказать, своя, местная: в основе графики букв литовского языка лежит латинский шрифт, литовский язык – государственный. Например, в первом номере еженедельника за 2015 год вся тридцатая страница посвящена важному для Литвы событию – приходу евро и весь текст – на литовском языке: изображён значок евро и рядом надпись - *mūsų pinigai. Euras atvyksta į Lietuvą!* В целом, если сравнивать объём использования латиницы в российских СМИ и в литовском издании на русском языке, то можно отметить, что латиница используется у нас в Литве шире, особенно часто вклинивается в тексты рекламных объявлений, анонсы и программы телепередач, и это явление воспринимается как естественное. Например: *11.10 „Savaitė»(повтор); 9.40 „Universitetai.lt"; 22.50 Новости Balticum TV* [Э-н, 2015, № 2: 67].

На странице «Афиша» Кино названия кинотеатров приведены, естественно, на латинице: *„Forum Cinemas Akropolis"*, *„Forum Cinemas Vingis"*, *„Multikino"*, *„Pasaka"*, *Киноцентр „Ozas"* [Э-н, 2015, № 1: 88–89]. Однако такое использование латиницы на страницах русскоязычного издания в Литве к графической игре не отнесёшь. А примеров графической игры с использованием латиницы на страницах еженедельника не так уж и много. Примерами графической игры служат размещённые на тех же страницах 1) напечатанный на английском языке призыв *HAVE FAN!* рядом с афишами кинопремьер на ближайшую неделю, 2) лозунг рекламного объявления: *Встречайте новый РЕН LIETUVA!*, где использовано намеренное смешение кириллицы и латиницы в написании названия телевизионного канала *REN LIETUVA* [Э-н, 2014, № 48: 99] 3) названия некоторых телевизионных передач: 15.40 БеларусьLife [Э-н, 2015, № 1: 60].

Отклонение от орфографической нормы, совмещённое с переосмыслением значения слова. Подобные примеры

встречаются на страницах еженедельника под названием «С улыбкой»:

1) *13 признаков того, что Новый год наступил*

... Вы не можете вспомнить число Пить (вместо *Пять*) [Э-н, 2015, № 1: 53];

2) *Объявление в магазине: «Продаются товары по униженным ценам»* [Э-н, 2014, № 51: 88] (вместо *по сниженным ценам*);

3) *На правах антирекламы*

Объявление в супермаркете: «Повары с доставкой на дом» [Э-н, 2014, № 49: 49] (вместо *товары с доставкой на дом*).

Отклонение от орфографической нормы в приведённых примерах использовано для создания комического эффекта, так как приводит к переосмыслению значения слова и приводимого текста.

Псевдомотивация – это нарушение привычных связей между словами и создание новых, неожиданных. Частотное явление на странице «Экспресс-недели», озаглавленной «С улыбкой»:

1) *У семи нянек не допросишься и пряник!* (У семи нянек дитя без глазу);

2) *Он жену на руках носил и вид у неё был заношенный* [Э-н, 2015, № 1: 53](Заношенный – загрязнённый ноской, истрёпанный; носить – заносить на руках кого-н. (переносное) проявлять к кому-либо усиленное внимание, баловать; а также заносить, то есть долго не спускать с рук [Ожегов, Шведова, 2010: 213, 422]);

3) *Вводя евро, по литу не плачут* (Снявши голову, по волосам не плачут);

4) *Новоиспечённая жена – это супруга пекаря* [Э-н, 2014, № 51: 49](Новоиспечённый – разговорное, шутливое – недавно сделанный, недавно ставший кем-н. [Ожегов, Шведова, 2010: 419]).

Как видно из вышеприведённых примеров, механизм графической игры здесь заключается в разрушении устойчивых, привычных связей между словами и создании новых, неожиданных (примеры 1 и 3). Во втором и четвёртом примерах графическая игра приводит к возникновению псевдоомонимов. Псевдоомоним – это слово, которому приписывается на основании неверного словообразовательного анализа другое значение, отличное от значения узуального, признаваемого всеми, и не связанное с действительной структурой слова [Колесников, 1990: 53].

Игра с омонимами и омоформами может сопровождаться использованием рисунка как специального средства воздействия на зрительное восприятие человека (это явление обозначается

термином «графическая стилистика»). На странице «С улыбкой» изображён рисунок стоящей женщины со скалкой в руке и сидящего испуганного мужчины со спицами в руках, вяжущего носок. Женщина разговаривает по телефону и рядом напечатана её реплика:

– *Мама, ты представляешь, Василий больше не пьёт. Он завязал!!!* [Э-н, 2014, № 33: 51].

Многозначный глагол «завязать» используется здесь в значении «прекратить заниматься чем-н. предосудительным; вредным», просторечное [Ожегов, Шведова, 2010: 201], в данном случае с выпивкой. Рисунок активизирует значение глагола омонима «завязать», то есть начать «вязать», заниматься вязанием – занятием, успокаивающим нервы и отвлекающим от вредных привычек.

Сопровождая вербальное сообщение, рисунок участвует в передаче коннотативной части текста. Дополнительные эмоционально-экспрессивные характеристики слова «завязал» из текста получают дополнительное материальное выражение, рассчитанное на зрительное восприятие.

Графогибридизация – оформление новообразований с помощью графических средств разных языков. Примеры графогибридизации встречаются на тех страницах еженедельника, где печатают программы телепередач. Среди передач студии *Л*НК заслуженной популярностью пользуется выходящая в 19.30 по понедельникам, вторникам, средам и пятницам на литовском языке развлекательная юмористическая передача *KK2* (звучит как слово «какаду»). В русском и литовском языках буква К пишется и произносится одинаково – «ка». Однако если бы мы всё слово прочитали «по-русски», то вместо «какаду» у нас бы получилось «какадва». Графогибридизация происходит совмещением двух букв К и цифры 2, которая читается по-литовски. В пятницу эта программа выходит под названием *KK2-пятница* или *ПятницаKK2* [напр., Э-н, 2014, № 46: 62]. Здесь в оформлении новообразования использованы буквы, цифра, а также слово на русском языке.

Написание без пробелов. Встречается на тех страницах еженедельника, где печатают программы телепередач, в основном так оформлены названия российских телепередач (напр., *0.15 Премьера. «ИльфиПетров»* [Э-н, 2015 № 2: 67].

Использование старорусской графики. Примеры использования старорусской графики в рассматриваемом издании

единичны. Это, например, написание названия российской передачи *«Династія»*, транслируемой на канале ТВЦ о династии Романовых [см., напр., Э-н, 2015, № 4: 55, 57, 59]. Здесь наблюдается перенесение в литовский еженедельник приёма графической игры, характерного для российских изданий.

В еженедельнике «Экспресс-неделя» за рассматриваемый период не встретились примеры графического деления слова по усмотрению пишущего, исправления, дефисации, случаи использования факультативных кавычек, слияния, повтора буквы, игры с именами собственными (антропонимами и топонимами), с названиями и аббревиатурами. Неиспользование в еженедельнике «Экспресс-неделя» таких популярных в российских СМИ приёмов графической игры, как игра с именами собственными (антропонимами и топонимами, с названиями фирм и аббревиатурами) объясняется спецификой культурного пространства. «Экспресс-неделя» – это еженедельник на русском языке, издаваемый в Литве, поэтому, несмотря на культурные связи с Россией через СМИ (и не только печатные), некоторые названные выше графические приёмы, направленные на смысловую игру с читателем, – игра с именами собственными (например, имена некоторых российских политиков, топонимы, а тем более аббревиатуры), могут затруднять восприятие предложенной информации для читателей, поэтому и не используются.

ВЫВОДЫ

Популярность газет и журналов среди читателей напрямую зависит не только от широты охвата представляемой информации, учёта интересов читателей, но и от графического оформления издания. В еженедельнике «Экспресс-неделя» используются разнообразные способы графической игры. Это такие общие для многих изданий приёмы, как игра с цветом, использование шрифтового выделения, букв разной величины, использование наряду с кириллицей латиницы, символов; отклонение от орфографической нормы, связанное с переосмыслением значения слова, псевдомотивация, графогибридизация, а также встречающиеся в отдельных номерах еженедельника графическое выделение сегмента слова, написание без пробелов.

Преобладают графические средства и приёмы, направленные на усиление зрительного восприятия информации, но не

затрагивающие смысла (игра с цветом, использование шрифтового выделения, букв разной величины). На отдельных страницах издания («С улыбкой») используются графические приёмы, направленные на смысловую игру с читателем (отклонение от орфографической нормы, совмещённое с переосмыслением значения слов; псевдомотивация; графогибридизация).

Умелое сочетание и совмещение разнообразных способов графической игры выделяет еженедельник «Экспресс-неделя» среди других печатных изданий на русском языке в Литве и позволяет выстоять в конкурентной борьбе за внимание читателей и постоянно поддерживать свой высокий рейтинг.

ЛИТЕРАТУРА

Ильясова С. В., Амири Л. П., 2012, *Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы*. – 2 изд. – Москва: ФЛИНТА: Наука. – 296 с.

Колесников Н. П., 1990, Кое-что о псевдоомонимах. // *Русская речь*, № 6. – Москва: «Наука» – С. 52–54.

Костомаров В. Г., 1994, *Языковой вкус эпохи: Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа*. – Москва: Педагогика-Пресс. – 290 с.

Ожегов С. И., Шведова Н. Ю., 2010, *Толковый словарь русского языка: 80 тысяч слов и фразеологических выражений*. – 4-е изд., доп. – Москва:ООО «А ТЕМП». – 944 с.

Русский язык: Энциклопедия, 1999. Гл. ред. Ю. Н. Караулов. – 2-е изд. – Москва: Большая Российская Энциклопедия: Дрофа. – 703 с.

Сковородников А. П., 2003, Графон. // *Культура русской речи. Энциклопедический словарь-справочник*. Под ред. Л. Ю. Иванова, А. П. Сковородникова, Е. Н. Ширяева и др. – Москва: Флинта: Наука. – С. 145–147.

The use of Graphic Game in Modern Russian Press in Lithuania (Based on the Analysis of "Express-Nedelia")

Abstract. The article presents observations on the methods of the graphic game and their use in the modern Russian press in Lithuania as a means of increasing the popularity of the magazine. The study is based on the material collected from one of the most popular weeklies *Express-nedelia* in the period of 01 January 2014 to 31 January 2015. The aim of the paper is to distinguish the most widespread methods (ways) of the graphic game in this magazine.

Keywords: *mass-media, graphic game, methods of graphic game*.

REFERENCES

Iliasova S. V., Amiri L. P., 2012, *Jazykovaja igra v kommunikativnom prostranstve SMI i reklamy*. – 2 izd. – Moskva: Flinta: Nauka. – P. 296.

Kolesnikov N. P., 1990, Koe-chto o pseudoomonimah. In *Russkaja rech*, No. 6. – Moskva: Nauka. – P. 52–54.

Kostomarov V. G., 1994, *Jazykovoj vkus epohi: Iz nabliudeny nad rechevoj praktikoj mass-media*. – Moskva: Pedagogika Press. – P. 290.

Ozhegov S. I., Shvedova N. J., 2010, *Tolkovy slovar russkogo jazyka: 80 tysiach slov i frazeologicheskich vyrazheny*. – 4 izd., dop. – Moskva: OOO "A TEMP". – P. 944.

Russky jazyk. Enciklopedija, 1999. Gl. red. J. N. Karaulov. – 2 izd. – Moskva: Bolshaja Rossijskaja Enciklopedia: Drofa. – P. 703.

Skovorodnikov A. P., 2003, Grafon. In*Kultura russkoi rechi*. *Enciklopedichesky slovar-spravochnik*. Pod red. L. J. Ivanova I dr. – Moskva: Flinta: Nauka. – P. 145–147.