

Е. Н. Горегляд (Витебск)

ГРАФИКСАЦИЯ КАК СПОСОБ СОЗДАНИЯ НОВЫХ СМЫСЛОВ В БЕЛОРУССКОЙ ПЕРИОДИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ

Современная языковая ситуация характеризуется развитием словотворчества во многих сферах, связанных с вербализацией мыслительной деятельности. Активизацию словотворчества в печатных СМИ на рубеже веков можно объяснить как собственно лингвистическими, так и внеязыковыми факторами, которые зачастую дополняют и стимулируют друг друга. Так, как правило, именно социальные причины, ускорение темпа жизни обуславливают становление и расширение сферы действия закона экономии речевых средств, компрессии речи. Повышение градуса эмоциональной напряженности в обществе способствует интенсификации процессов создания различных эмоционально-экспрессивных словесных форм.

Языковая ситуация в СМИ ныне характеризуется явным преобладанием экспрессии над стандартом, вплоть до «экспрессивизации» различными способами самого стандарта. Экспрессия в периодической печати последнего времени все чаще базируется на возникновении добавочных смыслов, на создании языковых единиц, обладающих, как минимум, двойной мотивацией. Чтобы разрушить установленные границы семантики слова, журналисты опираются на «нереализованные возможности языковой системы» [1, с. 5]. Экспрессивность должна проявиться даже не столько в самом тексте, сколько в его «имени» – заголовке, поскольку он занимает «сильную надтекстовую позицию». И если в самом тексте журналистской статьи экспрессивность обнаруживается в выборе фактов и в их подаче под определенным углом зрения, то в заголовке ведущая роль в этом плане отводится специфическим лингвистическим средствам.

Газетный заголовок выполняет ряд функций: номинативную, информативную, рекламную, оценочно-экспрессивную, интегративную,

композиционную, графически-выделительную. Стоит отметить, что номинативная функция газетного заголовка сейчас ослаблена настолько, что практически вытеснена его информативной, оценочно-экспрессивной и рекламной функциями [2, с. 41–43].

В печатных СМИ прагматический потенциал заголовочной конструкции, ее аттрактивность формируются средствами различных языковых уровней, употреблением прецедентизмов, созданием ритмических форм, а также графическими средствами. Спектр используемых журналистами приемов очень широк, но все они либо по отдельности, либо в комбинации друг с другом создают определенный механизм социальной оценочности.

Графически-выделительная функция традиционно реализуется неязыковыми средствами: с помощью шрифтовых выделений, применения цветовых решений, использования различных графических средств, а также приемов верстки. Однако в последнее время графические средства начинают выполнять иную, более значимую функцию: они не только усиливают визуальное восприятие текста, но и создают дополнительные смыслы. «Если в разговорной речи колорит ... подкрепляется мимикой, жестом, интонацией, то в письменном тексте эти ситуативные ресурсы восполняются "прорисовыванием" слова» [3, с. 102].

До 90-х гг. XX в. графические «игры» в периодической печати были довольно редким явлением, но затем роль графики в создании заголовочных конструкций стала возрастать. Изменение привычного вида визуальной лексемы значительно увеличивает экспрессивность и способствует привлечению внимания реципиента-читателя. Для этого журналистами использовались в основном средства русского языка, такая тенденция сохраняется и в наше время.

Источником материала для нашего исследования послужили издания «Комсомольская правда в Белоруссии» (далее – КП), «Аргументы и факты в Белоруссии» (АиФ), «Советская Белоруссия» (СБ), «Беларускі час» (БЧ), «Народная газета» (НГ), «Рэспубліка», «Антенна», региональные издания «Витебский проспект» (ВП), «Жыццё Прыдзвіння».

В современной белорусской периодической печати наиболее распространенным способом создания новых смыслов посредством графического выделения является псевдомотивация, основанная на капитализации, или графическом контрасте, при сохранении кирилличес-

ского облика слова. Этот прием включает в себя окказиональное использование прописных букв для выделения в лексеме одного из сегментов – пре-, интер- или постпозитивного. Выделенный таким образом сегмент совпадает с конкретной узуальной лексемой, что обеспечивает появление добавочного смысла (обычно на основе омонимии или паронимии). Наблюдения показывают, что чаще выделяется препозитивный сегмент (около 48 % случаев), на втором месте – интерпозитивное выделение (около 35 %), постпозитивный сегмент выделяется гораздо реже (около 17 %):

РАПСодия «Агротруда» (Жыцце Прыдзвіння; о сборе рапса); *Злой ГЕНий?* (Рэспубліка; о генетических нарушениях); *ЗаЗУБРили Беларусь, на очереди Россия* (Рэспубліка; статья посвящена программе защиты зубров); *ВелосиБЕД* (СБ; о проблемах, которые испытывают на дорогах велосипедисты); *ПродбеЗАПАСность* (АиФ; о продовольственных запасах Беларуси) и др.

Однако представленность нового смысла в подобных заглавиях не одинакова. Наиболее яркая экспрессия свойственна тем заголовкам, в которых выделение сегмента позволяет выявить авторское отношение к событию или явлению:

кРАЙ на Днепре – о местах возле реки Днепр (БЧ); в данном примере визуальный акцент на компоненте РАЙ делает практически незаметной начальную букву, вследствие чего создаваемый посредством графикации смысл начинает превалировать;

Все будет ВЕЛЛиколепно! (ВП; о туристическом агентстве «Велл»); название турагентства происходит от англ. *well* – «хорошо, удачно, благополучно»; при создании лексемы учтен прием графического сложения – удвоение согласных; читатель, не владеющий английским языком, ставит в один ассоциативный ряд название агентства «ВЕЛЛ» с прилагательным *великолепный* – «отличающийся великолепием; превосходный, отличный».

Нами отмечены также единичные случаи создания антропонимов в результате графикации сегмента нарицательного имени:

ТЕОрия победы (Рэспубліка; статья о белорусском исполнителе, выступавшем под псевдонимом *Тео* на «Евровидении-2014»); *Без БАССовой струны* (НГ; графически выделена фамилия бывшего директора фестиваля «Славянский базар»).

Реже в белорусской периодической печати встречается «выщербленная» капитализация, при которой новый смысл создается посред-

ством сложения дистантно расположенных выделенных компонентов узуальной лексемы. В этом случае читателю представлен своеобразный графический пазл, сложив отдельные части (фрагменты) которого можно получить новый смысл:

ЛОГИстиКА дохода (НГ; о необходимости последовательного выполнения программы по развитию *логистической* системы, что *логично* приведет к повышению доходов в данной области);

МУльТНОЕ дело. Что будет завтра? (АиФ; о проблемах современной мультипликации).

Создание посредством графикации новых смыслов в белорусской периодической печати возможно и с участием аббревиатур, причем капитализованный сегмент может представлять собой как аббревиатуру, известную широкому кругу читателей, так и распространенную среди людей, занятых в конкретной сфере деятельности:

ПодНАТОрели (АиФ; об отношениях НАТО и России); *ТРОнная речь* (СБ; ТРО –Телерадиовещательная организация, о заседании которой говорится в статье).

В заголовке *Ну ЦТо вам пожелать?* (СБ) изменение фонетического оформления вопросительного местоимения *что* и графического выделения двух первых букв, на наш взгляд, не позволяет при первом прочтении выявить новый смысл, предполагаемый журналистом. Причина, пожалуй, кроется в том, что устоявшееся сокращение *ЦТ* является буквенным, а в рамках данной заголовочной конструкции «читается» как звуковое.

В заголовке *Секретный каНАЛ* (НГ; о проведении незаконных финансовых операций) вторичный смысл представлен усеченной формой адъективированного субстантива. В статье с названием *МЛНи-малка* (АиФ; о повышении минимальной зарплаты в Беларуси до одного миллиона рублей) капитализации подверглось установившееся сокращение числа миллион – *млн.*; такой заголовок, по нашему мнению, стоит отнести к категории синсемантических.

Немногочисленны в заголовках анализируемых изданий примеры контаминации – создания нового смысла на основе скрещивания, объединения частей двух слов, связанных между собой ассоциативно. Контаминированные образования характеризуются морфонологической спецификой, но сохраняют ритмическую и акцентологическую оформленность опорной лексемы:

Пока ВАНКУВЕРкаемся; ИтоГО–ГО–2012. Субъективно запомнившиеся объективные события года; ГРИППидемия? Как уберечь детей от вирусов (все – АиФ).

Влияние экстралингвистических факторов проявилось в заголовочных конструкциях белорусской периодической печати в виде иноязычных (в основном английских) буквенных вкраплений – т. наз. графогибридизации. Для квалификации таких образований чаще используется термин «гибриды», реже – «кентавры» (Л. П. Крысин) или «монстры» (З. Н. Пономарева): *STREAMление к чистоте* (НГ); *МАХИМАльная катастрофа* (НГ); *ВоТ так кража* (НГ).

Необходимо отметить, что прием графикации не всегда целесообразно используется журналистами. В заголовках статей анализируемых изданий встречается графикация лексем, не связанная с семантическим приращением:

С чего начинается ЧЕЛОВЕК (НГ); в данном заголовке отмечается лишь лексическая реконструкция прецедентизма;

Есть одна награда – СМЕХ! (Антенна) – строка из песни «Арлекино» (музыка Э. Димитрова, слова Б. Баркаса) и некот. др.

Кроме того, наблюдается тенденция к тиражированию заголовков, в которых графически выделены однотипные сегменты:

ВТОрые после соседей (АиФ); *«ВТОпили»* или *«ВТОптали»?* (АиФ); ВТО – Всемирная торговая организация;

ЕвроПРОтивная история (АиФ); *ПРОтив кого ПРО?* (АиФ); ПРО – система противоракетной обороны;

уДачное лето (КП); *Такая уДачная рокировка?* (АиФ); *уДачный старт* (Антенна); все статьи посвящены проблемам дачного сезона.

Такое копирование, с одной стороны, способствует формированию отчетливой читательской ассоциации, но, с другой – нивелирует потенциальную экспрессивность созданного посредством графикации вторичного смысла.

Наконец, стремление к созданию неординарного заголовка приводит к орфографическим искажениям опорной лексики:

ЧУМАвая атака (НГ); *Так кто же нам поМАГает?* (АиФ)

Использование приема графикации для создания дополнительных смыслов в заголовочных конструкциях – действенное средство адресации, поскольку дешифровка такого текста не требует от читателя специальных культурологических знаний. Объединение вербального

и визуального в подобных образованиях усиливает экспрессивность и эффективность текста.

1. Крысин, Л. П. Русская литературная норма и речевая практика средств массовой информации / Л. П. Крысин // Журналистика и культура русской речи. – 2007. – № 1. – С. 4–15.

2. Лазарева, Э. А. Заголовок в газете / Э. А. Лазарева. – Свердловск: Урал. ун-т, 1989.

3. Сметанина, С. И. Медиа-текст в системе культуры / С. И. Сметанина. СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2002.