

Наталя Космацька

(Київ)

ВІЗУАЛЬНА МОВА ДРУКОВАНОГО ТЕКСТУ

Статтю присвячено графічним засобам оформлення інформаційних текстів. Увагу зосереджено на таксономії візуальних компонентів, їхній ролі у сприйнятті повідомлень.

Ключові слова: графічне зображення, іконічні знаки, композиційна будова, сприймання, вербальний текст.

The article deals with graphical means of informative texts. The types of visual components are described, their role in message perception is determined.

Key words: graphic presentation, structure, iconic signs, verbal text, perception.

Друкована література характеризується своєю спрямованістю на реципієнта, що зумовлює набір мовних та немовних одиниць, які формують презентацію інформації.

Серед існуючих на ринку періодичних видань, різноманітних за своєю скерованістю, структурою, об'ємом, читач вибере передусім ті, які захопили тематично й візуально способом подання – композиційною будовою, ясністю зображень та чіткістю шрифту, наявністю додаткової інформації (підзаголовки, анотації, супровідні матеріали, декоративні елементи) і т.ін. Сучасна журнальна періодика вирізняється яскравим оформленням іконічних і літерних знаків (насиченість, хроматичний спектр, розмір зображення тощо) і саме воно привертає увагу. Яскраво оформлений текст з ілюстрацією посередині сторінки зупинить погляд читача швидше, аніж розташований поміж інших з невиразною заголовною частиною. Чіткість контурів, рис привертає увагу до виділених об'єктів, наголошує на їхній значущості у тексті; стушованість зображення може вказувати на другорядне значення інформації або ж її недосконалість з позицій точності та переконливості. Фактура видання, набір кольорів підсвідомо впливають на сприйняття тексту. Прийняття візуального образу визначає необхідність, а також черговість прочитання повідомлень; його неприйняття змушує відмовитися від подальшого знайомства із статтею.

Метою нашої розвідки є визначення місця графічних образів у тексті та їхньої ролі у сприйнятті інформації. Об'єктом стало типографічне оформлення тексту, що творить його стилістику й прагматику. Матеріалом слугували французькі журнали "Paris Match" (далі "PM").

Виданням "PM" притаманні усі види знаків: знаки-індекси, знаки-образи та знаки-символи. Знаки-образи, які є імітацією позначуваного й мають певні його якості, представлені фотографіями, картинами, планами місцевості. Знаки-індекси зустрічаємо на сторінках журналу у вигляді побутової символіки, диму, вирви від вибуху під час

військових дій тощо. Знаки-символи, що є умовним позначенням предмета, а їхнє значення встановлюється за домовленістю, існують тут у вигляді слів, емблем, логотипів, математичних символів і т.ін.

Іконічні та індексальні знаки є "природними", мотивованими, зв'язок між знаком і предметом, до якого він відсилає, є легко встановлюваним. Такі знаки, водночас, не лише відтворюють фізичне зображення позначення, вони здатні виділити певні його ознаки, вказати на першорядне, попередити про важливе. Символічні знаки мають змогу передати різну інформацію в усіх відтінках її значення. Вони пояснюють зображуване, характеризують певний його аспект (один або декілька), є прагматично обумовленими.

У. Еко, порівнюючи мови іконічного зображення та вербаліки, знаходить їх спорідненими через конвенціональність представлення інформації і, водночас, відмінними з причини багаторівневості кодування невербальних повідомлень [1]. Виділяють, зокрема, коди сприйняття, коди передачі, коди підсвідомості, коди стилістичні тощо.

Як зауважив ще Ч. Моріс, найпривабливішим і найвпливовішим є органічне поєднання знаків, передусім тих, що належать до різних семіотичних груп. Інтерпретація відбувається в результаті сприймання почергово то вербальних, то іконічних знаків. Постійне перемикає дає змогу чіткіше уявити ситуацію, не загубитися в лабіринті можливих закодованих смислів, виявити істинне зерно, часто закладене в глибинах підтексту.

У семантичній площині журнального тексту вербальні та іконічні знаки тісно переплітаються й утворюють цільну інтегровану систему. З їхньою допомогою автор фокусує увагу, скеровує розуміння повідомлення. Різні знакові системи у публіцистичному тексті поєднуються в єдиний, цільний, відтак гомогенний за призначенням і властивостями засіб подання інформації, коли межі між іконічним та вербальним зміщуються, стираються й зовсім зникають. Сприйняття гетерогенної інформації відбувається через відновлення єдиного смислового цілого.

Вербальний текст відповідає чіткій послідовності літерних знаків, які скеровують погляд читача рядком зліва направо. Текстові полоси є графічним елементом, формою, наповненою змістом. Публіцистичний текст намагається графічними засобами передати інтонацію, паузи, акцентуацію, пришвидшення й уповільнення, гучність, що притаманні мовленню.

Типографічне оформлення літери в тексті має прямий стосунок до його змісту і спрямоване на створення оптимальних умов для сприйняття цього змісту. Шрифтове оздоблення мовного знаку збуджує естетичне сприйняття повідомлення, має культурологічні засади, що об'єднують відправника та отримувача тексту. "Прочитання" коду, закладеного в такій літері відрізняється від звичного розглядання малюнка чи простого прочитання букви і наближається до розплутування чогось змішаного та поєднує два засоби інформування.

Переслідований вплив на читача, досягнення необхідного рівня сприйняття повідомлення, визначають вибір знаків і значень, речень і стилю представлення тексту. Графічні засоби дають змогу не лише викласти факти, донести до читача певну інформацію, а й зробити

сприйняття яскравішим, ближчим, відчутнішим, емоційнішим, дієвішим. Відтак, графічні засоби поряд з мовними створюють забарвлення повідомлення – позитивне, негативне чи нейтральне. Форма повідомлення диктує вибір типу речення, який найбільше підходить до наміру мовця – у вигляді питання, ствердження, вигуку. Для журнальних статей характерні: повні речення різних типів, прості розповідні і спонукальні речення, складнопідрядні речення, складносурядні, порівняльні структури, а також неповні номінативні речення й словосполучення з різними синтаксичними зв'язками.

Типографічне оформлення статті надає текстові візуальної семантики й творить його стилістику: зокрема, великі літери протиставляються малим, виділений курсивом уривок – нормативному шрифту, що попереджує про конотативне значення виділеного; розмір та об'єм літер вказують на інтенсивність і насиченість висловлення, його експресивність.

Графічні знаки тісно пов'язані з синтаксичними знаками пунктуації і є багатофункціональними. Вони передають експресивні відтінки, сприяють синтаксичній організації письмового тексту й виступають його семантизованими елементами. Так, спонукання відбувається через використання наказових і питальних речень. Знаки мовчання – здебільшого три крапки та тире, а також крапка в еліптичному реченні, редуплікація знаків оклику, питання та крапок – вказують на емоційно-психологічний стан мовця. Розмежування слів пробілами, коли знаки пунктуації відсутні, слугує простором для вільної й особистісної інтерпретації тексту. Це пояснюється тим, що пробіл, за походженням, є полівалентним іконічним знаком і надзвичайно важливими для творення смислу [3].

Вербально-іконічні сполуки можуть мати експліцитний характер, коли виявляють аналогічне або протилежне значення, або ж імпліцитний, коли зв'язок між вербальними й іконічними знаками встановлюється тематично, на основі приналежності знаків до одного тематичного поля, та асоціативно, на основі фонових знань, культурно-обумовленого досвіду автора та реципієнта.

Подвійне кодування інформації (іконічно та словесно) не можна вважати простим повторенням, позаяк має місце зміна кута зору, вихід за межі, викривлення прямої, додавання іншої, що творить глибину чи витягає на поверхню закладене у знакові поряд.

Значення обох компонентів, яких об'єднує єдина комунікативна мета, інтегруються й узгоджуються один з одним, підпорядковані ідеї створення єдиного повідомлення. Зображення надає темпоральні, локальні й інші характеристики ситуації, представляє її предметно й конкретно. У вербальному тексті для актуалізації часового плану застосовують здебільшого форми теперішнього часу дієслова. Це дає змогу читачеві відчутти співвіднесеність зображуваної ситуації з реальною дійсністю. Означений артикль до іменників виконує функцію ідентифікації, відсилає читача до знайомого предмета чи ситуації, зображеної іконічно.

Знайомство з текстом, що не має супровідного зображення, спонукає до активізації уяви реципієнта. Він надає прочитаному власну оцінку та характеристики, що прямо залежать від його фонових знань, особистісних даних, індивідуальної картини світу. Відтак, наявне зображення зводить прочитання ситуації у напрямку, заданому автором, інші ж можливі інтерпретації втрачають вагу.

Повідомлення про ситуацію акцентує увагу реципієнта на окремих її елементах, виділяє останні із загального візуального плану. Ілюстрації, що супроводжують статтю, несуть інформацію, відсутню у тексті, підкріплюють і доповнюють її. Приміром, текст під заголовком "Sarko L'irrésistible ascension" описує становлення Н. Саркозі як лідера Союзу за народний рух, фотографії показують його на зустрічах з однопартійцями та соратниками (PM, № 2898, pp. 74–77). Невербальні компоненти надають вербальному тексту певного забарвлення, викликають у реципієнта певні асоціації, формують власне бачення ситуації, визначають процес сприйняття в цілому. Тут беруть участь: оптичне оживлення, створення відчуття сприйняття на слух тощо.

Масштаб, структура, спосіб внутрішнього членування, вибір шрифту – усе це є основою художньо-естетичного представлення тексту. Кожне видання володіє притаманним йому набором елементів, що формують його функціональне значення, скерованість, тематику тощо. У структурі журналів "PM" виділяємо окремі групи рядків, абзаци, полоси, рубрики, ілюстраційний матеріал, заголовки, підзаголовки, вербальний текст.

Хроматичне й шрифтове оформлення вербальних та іконічних знаків і їхнє розташування на сторінці є основою його інтерпретації.

Друкований шрифт є характерною ознакою формальної організації журналу. Звичним для цього видання є стандартний шрифт з рівними літерами; назви та перші підзаголовки виділяють напівжирним написанням. Друкований шрифт супроводжує й підписи-коментарі. Він певним чином нейтралізує присутність автора у тексті, надає його словам більшої об'єктивності, офіційності. Карикатурам журналу притаманним є запис "від руки", з допомогою якого репліка присвоюється мовленнєвому персонажу, акт мовлення актуалізується.

Вирізняються із загального тексту заголовні літери, що усемеро перебільшують усі інші та накреслено напівжирно. Вони уводять нову думку, позицію: фраза з заголовною " N " " Non à l'aéroport ! " розпочинає цілу серію висловлень, спрямованих проти відведення території села під аеропорт; нижче, через пропуск, читаємо протилежну думку, яку розпочинає інша заголовна, рівнозначна за розміром вищезазначеній: " Les commerçants, les artisans, même s'ils n'osent pas trop l'afficher sont plutôt pour " (PM, № 2741, pp. 90–91).

Напівжирними та з абзацу зазначають мовця в записах інтерв'ю, що дає змогу читачеві легше віднаходити цікаву йому інформацію (PM, № 2846, pp. 96–97 ; PM, № 2898, pp. 108–109, 116–117). Іншим прикладом виокремлення слів інтерв'юєра є зміна кольору його тексту (PM, № 2880, p. 83 ; PM, № 2893, p. 113).

Хроматичний спектр займає особливе місце в прагматиці повідомлень журналу. Аналіз смислоструктури дозволяє говорити про реалізацію смислоутворювальної функції у колірному оздобленні графічних знаків, адже колір є своєрідним "аналогом людської емоції", "в ньому виникає візуалізація емоційного ставлення. На несвідомому рівні колір є символом впливу на людину" [2, с. 166]. Він часто є необхідним для встановлення смислового зв'язку між вербальним та іконічним знаком на рівні побудови тексту та його сприймання.

Колір відіграє важливу роль в оформленні вербального тексту заголовків аналізованого видання. На титульній сторінці привертає увагу жовтий колір, застосований найчастіше для

власних назв, зазвичай, великими літерами: імен героїв (REGGIANI, ARMSTRONG (PM, № 2880), MICHEL SARDOU (PM, № 2893), RANIA DE JORDANIE (PM, № 2741), SARKOSY DEVANT CHIRAC (PM, № 2846)), топонімів (ISRAEL (PM, № 2880), CHINE (PM, № 2846)), хремотонімів (" QUEEN MARY 2 " (PM, № 2880)), технонімів (MISS FRANCE (PM, № 2741)); уточнювальної інформації у підзаголовку (Les secrets d'un séducteur (PM, № 2880), DUO D'AMOUR, " Elle est la plus belle et la plus douée " (PM, № 2893), La reine s'engage contre l'intégrisme (PM, № 2741), Croisade contre le sida (PM, № 2846)); їхнє поєднання: COTE D'IVOIRE La tragédie (PM, № 2895) ; ROLAND GIRAUD L'épreuve d'un père; LAETICIA ET JOHNNY Leur bébé bonheur (PM, № 2898).

Інші назви статей та супутня інформація видрукувана білим шрифтом (L'Amérique à l'assaut Les images des premières batailles au sol (PM, № 2741)). Рідше трапляються назви червоним кольором з підзаголовком чорними літерами (BUCH KERRY Le sort du monde se joue à quelques voix (PM, № 2893)).

Перша ілюстрація до вербального тексту, яка є завжди більшою за інші, часто перегукується з його назвою. Наприклад, справа від заголовку " Louis XX a prêté serment d'amour " зображено наречених та гостей на весільній церемонії (PM, № 2895, pp. 90–91); фотографії картин, серед яких і зображення їхнього автора, відповідає назві " PICABIA artiste en tout genre " (PM, № 2893, pp. 94–95); інші ілюстрації стосуються інформації в тексті та підзаголовків: справа від заголовку " A la nuit tombante, dans les villages, des ombres d'enfants et de femmes seules " у сутінках на фоні білої стіни будівлі чітко видно силуети матері та п'ятьох дітей (PM, № 2898, pp. 92–93).

Ілюстрації, окрім ввідних, містять пояснювальні підписи у формі номінативного " Plan de situation du projet de plate-forme aéroportuaire internationale de haute Picardie " або одного чи двох простих розгорнутих речень: " Une photo de famille qui rassemble tout le village de Vermandovillers, au pied du clocher " ; " Le champ de bataille était redevenu un jardin. Ces terres font partie des plus fertiles en France " (PM, № 2741, p. 91).

Неоднозначна назва завжди привертає увагу, як і малюнок, що має подвійний смисл. Наприклад, заголовок " Ces merveilleux fous vollants " вимагає продовжувати читання, оскільки ні він сам, ні ілюстрація не дають однозначної відповіді про що йтиметься у статті. Її тему розгортає підзаголовок " Il y a cent ans, les frères Wright [...]" (PM, № 2846, pp. 98–99).

Підзаголовки та проміжні заголовки розміщують по центру і записують напівжирними літерами, що у декілька разів перевищують загальний текст. Це, переважно, колір загального тексту, іноді трапляється синій з нейтральною / позитивною інформацією: " Digne des productions américaines, le film réalisé par Gérard Pirès sera l'un des événements cinématographiques de 2005. Avant-goût de ce grand divertissement, sur la base aérienne 115 à Orange " (PM, № 2895, p. 96); червоний нагадує про криваві події " Plus que jamais, c'est au cœur de la zone sunnite que la coalition est harcelée par les rebelles. Dans le fief de Saddam, la fameuse 82^e Airborne est sur le qui-vive " (PM, № 2846, pp. 64-65).

Колір тексту стандартно – чорний, у випадках темного фону текст друкують білим. Уточнення, слова очевидця чи постраждалого тощо можуть бути оформленими червоними

літерами, розміром меншими за звичайний текст (PM, № 2741, pp. 116-120; PM, № 2846, p. 125, 126, 132-133), або синіми (PM, № 2846, p. 125, 126, 132-133).

Хроматичний спектр чітко відтворює настрій інформативного блоку: яскраві, світлі й теплі відтінки відсилають до позитивності повідомлення, водночас тьмяні, приглушені, темні кольори налаштовують на інформацію зі знаком мінус.

Аналіз французьких журналів "Paris Match" показав, що малюнки, присутні у виданні, є, головню, портретними та панорамними зображеннями: фотографії героїв і членів їхніх сімей при висвітленні особистих стосунків; інтер'єру у разі превалювання інформації про приватне життя, професійні успіхи; місцевості, коли йдеться про зовнішні чинники, що зумовлюють сучасний стан справ, представлений у статті.

Прийнята від номера до номера послідовність в оформленні статей та викладі матеріалу, виділенні основної та другорядної інформації дає змогу постійному читачеві краще орієнтуватися, швидше віднайти рубрику, що цікавить найбільше. Водночас, незвичність у розташуванні чи засобах виділення, символах, зупиняє погляд, привертає увагу.

Усе вищесказане дає змогу говорити про взаємодію гетерогенних знаків у формальній організації журнального тексту та в побудові цілісних семантичних відношень. Графічне оформлення знаків сприяє актуалізації змісту вербального і невербального компонентів. Такі елементи виділяють структурно-сміслові особливості повідомлення й виступають маркерами, що прагматично фокусують взаємодію мовного знака та ікони, творять візуальну мову інформаційного тексту. Графічні образи вплітаються у тканину вербального ряду і стають невід'ємною частиною його стилістики й прагматики.

ЛІТЕРАТУРА

1. Эко У. Отсутствующая структура (Введение в семиологию) [Електронний ресурс] / Умберто Эко. – Режим доступа : <http://www.zipsites.ru/psy/psylib/info.php?p=2685> – Назва з екрану.
2. Яньшин П.В. Введение в психосемантику цвета : учеб. пособ. / П.В. Яньшин – Самара : Изд-во Сам. ГПЦ, 2000. – 200 с.
3. Mallarmé S. Observation relative au poème Un Coup de Dés jamais n'abolira le Hasard [Електронний ресурс] / Stéphane Mallarmé. – Режим доступа : http://www.uni-due.de/lyriktheorie/texte/1897_mallarme.html – Назва з екрану.