

---

# ПРОГЛААС

---

Издание на Филологическия факултет  
при Великотърновския университет “Св. св. Кирил и Методий”

---

кн. 1, 2015 (год. XXIV), ISSN 2367-8585

*Радослав Минков*

## ИГРАТА С ГРАФИКАТА В МЕДИЙНИТЕ ТЕКСТОВЕ (РУСКО-БЪЛГАРСКИ ПАРАЛЕЛИ)

*Radoslav Minkov*

## THE GRAPHICS GAME IN MEDIA TEXTS (RUSSIAN-BULGARIAN PARALLELS)

*В настоящото съобщение се разглежда графичната игра – една от новите форми на езикова игра в съвременния медиен текст. Специално внимание се отделя на капитализацията и графохибридизацията. Изследването е направено върху материал от руски и български обществено-политически издания.*

**Ключови думи:** *езикова игра, графична игра, капитализация, графохибридизация.*

*The paper deals with the graphics game – one of the new forms of language game in contemporary media texts. The special focus of attention is on capitalization and graphic hybridization. The study is based on material excerpted from Russian and Bulgarian sociopolitical editions.*

**Key words:** *language game, graphics game, capitalization, graphic hybridization.*

Езиковата игра в различните функционални стилове е сред най-актуалните теми за съвременната лингвистика. Към основните форми на езиковата игра, проявяваща се на различни равнища на езика, обикновено се отнасят метафората, оказионалната съчетаемост, оказионалните думи, каламбурът, трансформираните фразеологизми и цитати. Тези форми са много активни както в художествените, така и в медийните текстове, където са важно средство за създаване на

експресивност – най-ярката особеност на медийния дискурс в наши дни. Преди всичко за този дискурс е характерна и графичната игра (ГИ), която се активизира през последните години. „Включването на печатната техника към формирането на смисъла, вероятно, е реакция на особеността на съвременното възприятие: масовото съзнание отдава предпочитание на визуалните знаци.“ (Сметанина 2002: 204) Това определя и важната роля на ГИ в медийния текст: „Ако в разговорната реч колоритът на езиковата игра се подкрепя от мимиката, жеста, интонацията, то в писмения текст тези ситуативни ресурси на играта се изпълняват от 'изрисването' на думата.“ (Пак там)

В монографията „Езиковата игра в съвременната публицистика“ Лиляна Цонева определя играта с графиката като „неезиково средство за постигане на експресивност, характерно преди всичко за вестникарския език“. Нейното разпространение в края на ХХ век (още повече в началото на ХХІ век) може да се обясни с редица причини – все по-широкото използване на възможностите на компютърната графика, конкуренцията на електронните медии, в които свободно се съчетават езикови и неезикови средства за изразяване на информацията и за въздействие на адресата и т. н. (Цонева 2000: 151).

Към графичните средства, използвани в печатния текст, най-често се отнасят шрифтовото отделяне и вариране, надредовите и подредовите знаци, различните „звездички“, а също така и някои други начини за графична рубрикация на текста – математическите знаци, буквите от други азбуки, препинателните знаци и др. (Дзякович 2001: 121). Същността на ГИ според С. И. Сметанина е в отделянето на тази част от думата, която трябва да се възприеме като активен елемент, формиращ оригиналния смисъл. В настоящото съобщение като ГИ се тълкуват различните видове на шрифтова, цетова, пространствена, пунктуационна (кавички, скоби, тире, дефис) актуализация на елемента, организиращ новата дума. Предмет на нашето внимание са някои прояви на ГИ в български и руски печатни медии. Наблюденията ни се базират върху материал от авторска картотека, съдържаща голям брой примери от съвременни издания, които могат да се определят, макар и с известна степен субективност, към качествената журналистика: „Итоги“, „Аргументы и Факты“ (АиФ), „Московский комсомолец“ (МК), „Новинар“, „Капитал“, „Монитор“, „Сега“ и „Тема“.

В нашата картотека има и множество интересни примери на ГИ от електронни сайтове, блогове, форуми и т.н., които не са предмет на настоящото съобщение. Ще посочим един пример от електронен сайт за спортни новини:

*Луда е-МОЦИ-я!* [Gong.bg/28.08.2014] – за играта на футбол-листа от „Лудогорец” Козмин Моци в емоционален мач с румънския „Стяуа”.

Пристъпвайки към анализа, ще подчертаем две важни положения. Най-напред ще отбележим, че повечето примери в работата са от заглавия на медийни текстове. Заглавието, както е известно, е съществен елемент от композицията на текста, който изпълнява различни функции. Именно в заглавието се включват различните неезикови и езикови средства за постигане на експресивност, сред които важно място заема езиковата игра въобще и ГИ в частност. Те привличат вниманието и насочват (в повечето случаи) към съдържанието на текста.

Освен това, ГИ много често се използва за създаването на по-сложни форми на езикова игра – каламбури (сблъскване на пароними, омоними или различни значения на многозначни думи), окازیонални думи, игри с цитати (в които се отделя нов фрагмент от цитата, създаващ игровия ефект) и т.н. Подобни случаи на съчетаване на формите на езикова игра са изключително интересни и заслужават да бъдат предмет на отделно изследване.

Според нашите наблюдения, именно усложнените форми на ГИ често се включват и в самия текст, където понякога даже се обясняват и тълкуват от автора. Например в текста „*Банкова ЕУгеника*“:

**ЕУгениката** е тайна брюкселска модификация, която насочва скритата мощ на европейската политика и финанси в трайна подкрепа на “добрите, умните и красивите” [...] Този термин си го измислих аз, за да опише невероятния властов феномен, съчетаващ властта на Евросъюза (EU) с доктрината на **евгениката**. [Сега, 9.3.2015]

За целта на изследването ще се придържаме към класификацията на видовете ГИ, описани от руската изследователка Т. В. Попова – капитализация, кодографикация, типографикация и т.н.

(Попова 2009). Материалите от нашата картотека ни дават основание за наблюдението, че най-честотните видове ГИ в съвременния медиен текст са капитализацията и графохибридизацията. **Капитализацията** представлява отделяне на сегмент от думата с шрифт, отличаващ се от основния шрифт. Например: *Советский ГЕРБарий* [АиФ 2007/3] – за премахването на съветската символика от сградата на Большой театър. (Във връзка с този и дадените по-долу примери, които представляват заглавия на медийни текстове, се налага да отбележим, че ограниченият обем на съобщението не позволява цитирането на по-широк контекст, затова след тях даваме кратко описание на съдържанието на самия текст.)

*ДОЛГоиграющая история* [Итоги 2007/12] – за дълговете на Калининградска област към кипърска компания.

*СТРЕСни се малко* [Новинар/23.10.2014] – за безразличието на работодателите към намаляването на стреса на работното място.

*ПИКът на кресливостта* [Капитал/31.10.2014] – за рождения ден на „жълтия“ сайт ПИК.

При капитализацията отделеният сегмент може да представлява: антропоним, топоним или друг оним.

Честотността на участието на антропонимите в ГИ зависи от значимостта на самия референт, на носителя на името. В ГИ с антропоними много често се включват фамилии на известни политически фигури (президенти, министри, лидери на партии и др.), чиито действия получават обикновено негативна оценка. Например:

*БУШующий антитеррор* [Итоги 2004/29] – за борбата с тероризма на президента Джордж Буш-младши.

*ПоБУШуем* [Итоги 2004/45] – за „войнствените“ намерения на президента Джордж Буш-младши.

*ШАНЦЕВый инструмент* [Итоги 2005/32] – за назначаването на Валерий Шанцев за губернатор на Нижегородска област.

*МОДИфикация на индийската политика* [Тема 2014/18] – за кандидата за поста министър-председател на Индия Нарендра Моди.

Към по-редките случаи на игра с личните имена на политически фигури можем да отнесем следните примери:

*Рост УГОномики* [Итоги 2013/15] – за президента на Венецуела Уго Чавес и неговата икономическа политика.

*МИХОнизмы власти* [Итоги 2004/1] – за идването на власт на Михаил Саакашвили.

В тази група ще включим примери с известни фамилии и имена на писатели, режисьори, литературни герои и т.н.:

*БРАУНовское движение* [Итоги 2005/33] – за популярността на писателя Дан Браун на руския литературен пазар.

*КАМАкадзе* [Итоги 2005/12] – за известния режисьор Кама Гинкас.

*ГАРРИмычный* [Итоги 2007/27] – за излизането на последната книга за Хари Потър (на руски – Гарри Поттер).

*ОПРАфикация* [Итоги 2009/52] – за привилегиите на телевизионната водеща Опра Уинфри.

*МЕЙНстрим* [Итоги 2006/24] – за лауреата на наградите „Прицкер“ Том Мейн.

Имената и фамилиите на спортисти, които активно присъстват в съвременните медии, често биват включвани в ГИ:

*МОЗГОВой итурм* [АиФ/28.07.2014] – за професионалния баскетболист Тимофей Мозгов и неговия анализ на състоянието на руския баскетбол.

*ДИКое начало* [АиФ 2010/36] – за първия официален мач на националния футболен отбор на Русия под ръководството на Дик Адвокат.

*КАКАфония за четвърд милиард* [Тема 2009/3] – за отказа на футболиста Кака да премине в английския клуб „Манчестър“.

Отделянето на *топоним* има ситуативен характер и е свързано с различни екстралингвистични фактори. Дори непродължително по време събитие на определено място, имащо голямо значение за обществения живот, може да доведе до активизиране на словотворчество с неговото название.

Като пример тук ще посочим активното обиграване на топонима *Кан* (на руски *Канны* или *Канн*) в навечерието и по време на провеждането на международния кинофестивал:

*НаКАНН*уне [Итоги 2006/33] – за представянето на руското изкуство на фестивала.

*ВнеКАНН*куренциш [Итоги 2011/21] – за успеха на новия филм на режисьора Андрей Звягинцев на фестивала.

Топонимът *Сочи* също се активизира периодически – в навечерието и по време на провеждането на кинофестивала „Киногавър“:

*ПропеСОЧИ*л [Итоги 2009/24] – за юбилейния фестивал „Киногавър“ в Сочи.

Освен това употребата на топонима *Сочи* се активизира и във връзка с провеждането на Зимните олимпийски игри в този град.

*Собрание СОЧИ*нений [Итоги 2007/29] – за подготовката на Олимпиадата през 2014 г.

В разгледания от нас материал има и множество примери с отделяне на различни други *оними* – названия на културни мероприятия, телевизионни предавания и филми, музикални групи, спортни клубове и т.н.:

*НИКА*гда не говори никогда [Итоги 2003/16] – за церемонията по връчването на наградите „Ника“ (ще отбележим тук усложняването на ГИ, която се съчетава с така наречената цитация – използване на фрагменти от други текстове; в конкретния пример е използвано заглавието от популярния филм за Джеймс Бонд „Никога не говори никогда“ – „Никога не казвай никога“).

*ОСКАР*бление по-американски [Итоги 2004/4] – за скандала с пиратските копия от филмите преди връчването на наградите „Оскар“.

*РЕАЛ*ьный ответ Абрамовичу [Итоги 2004/8] – за готовността на руския милиардер Роман Абрамович да плати на мадридския клуб „Реал“ за придобиването на трима водещи играчи.

*РЕАЛ*ити шоуто свърши [Тема 2005/3] – за кризита в мадридския клуб „Реал“.

Гонзо спазва *РЕН* [Тема 2002/28] – за преминаването на футболиста Георги Иванов (по прякор Гонзо) във френския клуб „Рен“.

В рамките на тази група ще обърнем внимание на отделянето на оними, изразени с *абрeвиатури*. В общественно-политическия живот на България и Русия важно място заемат национални и международни организации, институции, програми и т.н., което обуславя активната употреба на техните названия в медийния дискурс, а също така включването им в различни форми на езиковата игра, в това число и в ГИ:

*Напрасные оПАСЕ*ния [Итоги 2008/41] – за приемането на резолюция за Южна Осетия и Абхазия в Парламентарната асамблея на Съвета на Европа (ПАСЕ).

Програма *МАКС*имум [Итоги 2011/34] – за изложбата на Международния авиокосмически салон (МАКС).

Рас*ФАС*овка [Итоги 2006/38] – за Федералната антимонополна служба (ФАС).

*Открытая РА*на [Итоги 2007/14] – за сложните взаимоотношения между Руската академия на науките (РАН) и правителството.

*СЕМ*еен портрет [Тема 2004/12] – за работата на Съвета за електронни медии (СЕМ).

*ДОИ*лка за богати [Тема 2008/29] – за Дирекцията за оперативно издирване (ДОИ).

*ИзЦИК*ляне на паркетните партии [Тема 2011/33] – за изключването на някои партии от страна на Централната избирателна комисия (ЦИК).

Как се *ПИП*ат 500 млн. лв. [Тема 2014/17] – за ощетяването на общините от Публичната инвестиционна програма (ПИП).

Вторият разгледан от нас вид ГИ, **графохибридизацията**, представлява „оформяне на новообразованията с помощта на гра-

фични средства от различни езици“ (Попова 2007: 231). Ще отбележим тук и паралелния термин *диграфия*, който се среща в българската научна литература. (Бонджолова 2007: 152)

Графохибридизацията е един от новите видове ГИ. Нейното активизиране през последните години може да се обясни с навлизането на много елементи от други езици (най-вече от английски) в съвременния руски и български език. Според много автори използването на две азбуки – кирилица и латиница – представлява ярко средство за привличане на вниманието и създаване на особена изразителност. Именно към тези средства можем да отнесем следващите примери:

*Парламент или парламEND* [Тема 2013/40] – за политическата криза в България, която довежда до разпускането на 42-то Народно събрание.

*Webологична катастрофа* [Тема 2007/28] – за организирания чрез Интернет флешмоб в София.

*Изmissлен свят* [Тема 2002/11] – за качествата на претендентките, преминали във финалния етап на кастинга в конкурса „Мис България 2002“.

В графохибридизацията могат да бъдат включени разнородни оними: най-често названия на чуждестранни организации, фирми, стоки и т.н.

*SHELLковий путь* [Итоги 2009/31] – за партньорството между Русия и нефтената компания Shell.

*Totalный подход* [Итоги 2009/18] – за нефтените проекти на френската компания Total E&P Russie.

*Новая Wikiномика* [Итоги 2011/01] – за Интернет енциклопедията Wikipedia.

*Всем PISAть!* [Итоги 2013/50] – за рейтинга за качеството на образованието в различните страни, който се провежда с помощта на програмата PISA (Programme for International Student Assessment).

Разгледаният от нас материал позволява да заключим, че графохибридизацията се използва много по-често в руските медии. Освен това, този вид ГИ може да бъде смятан и за характерна

особеност на идиостила на определени издания, например, на руското списание „Итоги“. Особено активно той се използва в рубриката „Автомобили“, което според нас е обусловено от самото съдържание на текстовете – в тази рубрика най-често се съобщава за постижения на западната автомобилна индустрия:

*Здоровый AVANT*юризм [Итоги 2011/42] – за новото Audi A6 Avant.

*Мечта в MINI*атюре [Итоги 2011/24] – за новия модел MINI Cooper Coupe.

*Секреты PIVO*варения [Итоги 2011/47] – за новия модел Nissan Pivo 3.

*Операция PROVO*кация [Итоги 2013/10] – за новата Kia Provo.

*В STI*хотворной форме [Итоги 2013/34] – за спортния модел на Subaru – STI.

Ще обърнем внимание и на някои сравнително редки форми на ГИ, като ги илюстрираме с примери от нашата картотека.

**Кодографиксацията**, според Т.В. Попова, представлява създаване на неолексеми с помощта на сегментни средства от различни кодови системи: букви и цифри/ рисунки/ Интернет знаци/ емотикони и т.н. (Попова 2009: 168). В състава на кодографиксацията влиза **нумерографиксацията** (буква + цифра или число, които могат да се произнасят като заменяемата сричка):

*Жить до 100рости* [Итоги 2009/41] – за жена, отпразнувала своето столетие на работното си място.

Разновидност на кодографиксацията е **пиктографиксацията**, при която буква от кирилицата се заменя със знак, приличащ на нея графично. Например буквата се заменя със знака за обозначаване на долара: *Учение – \$вет* [Итоги 2007/28] Тази игрова трансформация насочва вниманието на читателя към съдържанието на текста – в него се говори за матурите в Русия, за които са необходими много пари; игровият ефект тук се усложнява и благодарение на това, че на графична трансформация се подлага дума, която е част от известната поговорка *Учение – свет, а неучение – тъма* (букв. *Учението е светлина, а невежеството мрак*), в която се подчертава необходимостта от образование.

**Инетографиксацията** представлява замяна на буква с елемент от Интернет езика, чийто контур прилича на нея; най-често се заменя буквата „а“ със знака @:

*Пир@ты XXI века* [МК 2007/34] – за капаните на руските хакери.

*Соб@ка биваает кусачей* [МК 2007/48] – за различните измами в Интернет (отбелязваме, че знакът @ в руския език се нарича „собака“).

*Имате ли пощ@ ?* [Тема 2002/3] – за избора на най-добра електронна кутия.

*Кримин@ле* [Тема 2008/8] – за филма „Непроследим“.

Към тази група ще добавим и пример с www – обозначението на уеб-сайтовете:

*Совwwwращение малолетних* [Итоги 2001/13] – за съвместна операция на руските и американските спецслужби по разкриването на международна мрежа за производство и разпространение на детска порнография в Интернет.

Както се вижда от дадените примери, инетографиксацията се използва много често в текстове с определена тематика, посветени на Интернет.

С термина **парантезис** се назовава използването на скоби, целта на което най-често е създаване на каламбур: „Четенето на текста със и без поставеното в скоби представя съдържанието двойко, създава се двуплановост в семантиката.“ (Бонджолова 2007: 152) Според данните от нашата картотека използването на скоби е много похарактерно за българската публицистика, отколкото за руската.

Ще илюстрираме „сблъсъка“ на две значения със следните примери:

*(М)истерията ебола* [Тема 2014/41] – за паниката в България, изправена пред непознатия вирус ебола.

*(Пред)изборни въпроси* [Тема 2014/5] – за предложения от президента Росен Плевнелиев референдум по въпроса за изборните правила.

*Предварителни договор(к)и* [Тема 2012/38] – за „пазарлъците“ в десните партии преди парламентарните избори през 2013 г.

*Гражданска (без)отговорност* [Тема 2004/42] – за задължителното сключване на застраховката гражданска отговорност от водачите на МПС.

*(Фут)болен сезон* [Тема 2003/22] – за трагичното състояние на българския футбол.

В заключение ще подчертаем, че различните видове графична игра, една от най-интересните форми на езикова игра, съществуваща само в писмената реч, заслужават по-подробно изследване, преди всичко в съпоставителен план, върху материал от различни езици. Такова изследване би могло да покаже важното място на тези форми в съвременния медиен текст, съчетаващ все по-активно езикови и неезикови елементи.

## ЛИТЕРАТУРА

- Бонджолова 2007:** Бонджолова, В. *(Не)съществуващите думи: оказionalното словотворчество*. Велико Търново: Университетско издателство „Св. св. Кирил и Методий“.
- Дзякович 2001:** Дзякович, Е. В. Возможности пунктуации и параграфемки в современной печатной рекламе. // *Словарь и культура русской речи. К 100-летию со дня рождения С.И. Ожегова*. Москва: Индрик, с. 120–126.
- Попова 2007:** Попова, Т. В. Графодеривация в русском словообразовании конца XX – начала XXI в. // *Русский язык: исторические судьбы и современность*. III Международный конгресс исследователей русского языка: Труды и материалы. Москва: МАКС Пресс, с. 230–231.
- Попова 2009:** Попова, Т. В. Креализованные дериваты как элемент русской письменной коммуникации рубежа XX–XXI вв. // *Лингвистика креатива*. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, с. 147–175.
- Сметанина 2002:** Сметанина, С. И. *Медиа-текст в системе культуры*. Санкт-Петербург: Издательство Михайлова В.А.
- Цонева 2000:** Цонева, Л. *Езиковата игра в съвременната публицистика*. Велико Търново: Фабер.