

СЕКЦИЯ 3. ЯЗЫК И КОММУНИКАЦИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ГЕОПОЛИТИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ

УДК 81'35:81'22

ГРАФИЧЕСКИЕ СПОСОБЫ РЕАЛИЗАЦИИ КАТЕГОРИИ ИНТЕРСЕМИОТИЧНОСТИ В ГАЗЕТНОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ПРЕССЫ ФРГ И США)

© 2020 Коломийцева О.Ю.

Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка», Самара, Россия

В статье рассмотрен такой способ реализации категории интерсемиотичности как шрифтовое варьирование. Проанализированы различные механизмы шрифтового варьирования, особенности разработки и воздействующий потенциал популярных шрифтов, используемых для оформления текстов прессы ФРГ и США, показана их связь с содержанием информационного сообщения. В статье также выявлены сходства и различия шрифтов, применяемых газетами Германии и США.

Ключевые слова: интерсемиотичность, газетный дискурс, графические способы оформления, шрифтовое варьирование, реципиент.

Исследуя интерсемиотичность в современных электронных текстах, Ю.В. Балакина и А.В. Соснин утверждают, что одним из проявлений интерсемиотичности может считаться взаимодействие непосредственного смыслового наполнения текста с его графической формой (например, шрифтом) [3]. По их мнению, «игра со шрифтом (как кириллическим, так и латинским) и орфографией весьма распространена и в современном электронном дискурсе. Исследователи выделяют такие её разновидности как использование специальных символов в написании слов, особенно имён пользователей или «ников»; намеренно неправильная орфография для создания эффекта оригинальности, разрушения консервативной нормы (которая может восприниматься как средство угнетения народных масс истеблишментом); намеренно неправильная орфография для создания комического или бунтарского эффекта, как в так называемом *олбанском языке* или «языке падонков», до недавнего времени популярном в сети Интернет [3].

М.Б. Ворошилова в своей монографии об интерпретации креолизованного текста упоминает термин «параграфемика», который в современном научном дискурсе

понимается как система графических элементов, которые существуют наряду с графемной системой. Исследователи относят к параграфемам графическую сегментацию текста и его расположение на бумаге, шрифт, цвет, курсив, разрядку, графические символы, цифры, средства иконического языка (рисунок, фотография, карикатура, коллаж, таблица, схема, чертёж и т.д.), необычную орфографию слов и расстановку пунктуационных знаков, формат бумаги и т.д. При этом исследователь отмечает, что «данные элементы не входят в набор собственно дифференциально-графических противопоставлений (букв алфавита) и рассчитаны на внешнее, зрительное восприятие текста, т.е. употребляются с определёнными стилистическими целями в качестве своеобразных графических или графико-стилистических приёмов... любые средства параграфематики несут в себе дополнительную нагрузку, но, как правило, не информирующую, а воздействующую характера» [5].

О параграфемике или паралингвистических (параграфемных) средствах пишет также Л.П. Амири. Исследователь утверждает, что под «параграфемными элементами» понимаются средства шрифтового выделения (написание

прописными буквами, варьирование шрифтов, сочетание различных алфавитных систем), нестандартное расположение текста и использование пунктуационных знаков (запятой, вопросительного и восклицательного знаков, скобок, кавычек и др.), различных символов (математических, денежных, физических и др.). Параграфемные элементы можно разделить на три основные группы: синграфемика (механизмы пунктуационного варьирования); супраграфемика (механизмы шрифтового варьирования); топографемика (механизмы варьирования плоскостной синтагматики текста) [1].

Отметим, что нормативно незакреплённые синграфемные средства в газетном дискурсе не так востребованы, возможно, они широко используются в рекламном и художественном тексте, в публицистическом же дискурсе нами не было выявлено таких средств. Разумеется, пунктуационные знаки в данном дискурсе присутствуют для оформления текста должным образом, однако, лишь как знаки препинания, без воздействующего потенциала.

Гораздо более широко используется в публицистическом дискурсе механизм шрифтового варьирования или супраграфемика. Как отмечает М.Б. Ворошилова в своей работе о креолизованных текстах, «креолизованные тексты в большинстве своём характеризуются варьированием шрифтовой гарнитуры, особенностями шрифтового рисунка, варьированием строчного и прописного написания, варьированием цвета и фона. Среди всего многообразия супраграфематических средств исследователи выделяют следующие три группы: 1) собственно шрифтовые средства; 2) средства, функционально эквивалентные шрифтовым (например, использование разрядки, линеек); 3) другие супраграфематические средства (варьирование цвета и фона, использование нестандартной орфографии, маркированные списки, внедрение в письменный текст элементов иноязычных систем)» [5].

В современной прессе журналисты широко используют возможности шрифта (то есть, супраграфематические средства) в

разных целях. Следует предположить, что шрифт сам по себе, без учёта содержания, передаваемого с его помощью, не имеет информирующего характера, а обладает воздействующим потенциалом (эстетическим, стилизационным, ассоциативным). Однако здесь следует принимать во внимание историю создания некоторых знаменитых и широко используемых шрифтов. За каждым современным шрифтом стоит, как правило, фигура его разработчика, история и условия его создания, цель разработки. Некоторые знаменитые крупнотиражные издания используют шрифты, созданные непосредственно по их заказу. Конечно, обыватель может об этом не знать, но человек, имеющий фоновые знания в области типографики, или знакомый с историей газеты, которую он читает, будет в курсе этого аспекта. Кроме того, с типом шрифта можно ознакомиться при прочтении газеты онлайн, используя опцию «Просмотреть код элемента».

Если взглянуть на статью из газеты The Guardian, можно выделить несколько разных шрифтов, доминирующим среди которых по частотности употребления является шрифт Georgia, изобретённый дизайнером шрифтов Мэтью Картером специально для отображения текста на экране, особенно если размер шрифта мал [12], поскольку строчные буквы данного шрифта имеют большой размер. С. Коулз отмечает также, что шрифт Georgia действительно очень хорошо смотрится на экране, однако, на бумаге (в книгах, в печатной прессе) оставляет желать лучшего. Таким образом, авторы статьи заботятся об удобстве реципиента, обеспечивая лёгкую читаемость текста с экрана путём использования шрифта Georgia в основном тексте статьи. Он выглядит следующим образом:

Scammers have stolen more than £500m from UK bank customers in the first half of 2018, figures show.

A total of £145m of that was lost through authorised push payment (APP) scams, where people were duped into authorising a payment to another account, the trade body UK Finance said.

The remaining £358m was lost due to unauthorised fraud, where the transaction was carried out by a third party and was not authorised by the account holder.

Помимо Georgia авторы используют шрифт Helvetica для обозначения времени появления статьи: This article is more than **10 months old**.

Шрифт Helvetica был разработан в Швейцарии в 1957 году Максом Мидингером и Эдуардом Хоффманом, а основан на шрифте, изобретённом ещё в 1898 году Бертольдом [12]. К. Чепмен характеризует шрифт как нейтральный, минималистичный, не призванный производить на читателя какого-либо впечатления и неспособный самостоятельно нести какое-либо значение. Разработанный в послевоенной Европе, шрифт быстро снискал популярность, его простота противопоставлялась декоративности, красоте и «китчу».

В исследуемой статье с помощью Helvetica передаётся именно нейтральная информация, не имеющая прямого отношения к содержанию статьи (насколько давно статья была опубликована, «давность» статьи). К тому же, эти данные выделяются жёлтым цветом (как в данной статье, так и во всех остальных) для того, чтобы читатель мог видеть, актуальна ли читаемая информация и насколько. В частности, читая статью, опубликованную несколько лет назад, читатель сможет лучше понять содержание, сопоставляя его с тогдашним политическим или социальным (нелингвистическим) контекстом.

Заглавие статей оформляются также шрифтом Georgia, однако, если в тексте статьи его размер (кегель) равен 12, то в заглавии он имеет двадцать четвёртый размер, тем самым, редакция газеты

имплицитно транслирует читателю значимость выделенной таким образом информации и делает его более читабельным. Шрифт Georgia в подзаголовке обеспечивает визуальную гомогенность текста, однако жирное выделение не позволяет подзаголовку слиться с остальным текстом:

Figure includes £145m lost to authorised payment scams such as paying in advance for non-existent product

Широко используется также курсив и выделение цветом самих букв для указания источника информации: *Press Association*.

Все перечисленные особенности шрифта используются авторами статей и редакторами для того, чтобы статья выглядела более пёстрой, что служит повышению читательского интереса к подаваемому контенту.

А.В. Пустовалов констатирует, что газета The Wall Street Journal (появилась в 1889 году) была учреждена компанией Dow Jones (в 2007 г. компанию купил Р. Мердок, крупнейший медиамагнат мира). Она получила своё название от наименования важнейшего для США делового района Нью-Йорка и специализируется на финансовой, экономической, бизнес-информации, известна своей глубокой аналитикой, хорошими журналистами. Сайт газеты (появился в 1996 г.) позиционируется как самый крупный платный ресурс в сети интернет [6]. The Wall Street Journal использует более широкий диапазон шрифтов и их технических возможностей, так как статьи не всегда сопровождаются связанными с текстом иллюстрациями (рис. 1).

Huawei Technicians Helped African Governments Spy on Political Opponents

Employees embedded with cybersecurity forces in Uganda and Zambia intercepted encrypted communications and used cell data to track opponents, according to a Wall Street Journal investigation

By Joe Parkinson, Nicholas Bariyo and Josh Chin

Updated Aug. 15, 2019 3:21 am ET

SHARE TEXT

417 RESPONSES

KAMPALA, Uganda—Huawei Technologies Co., the world's largest telecommunications company, dominates African markets, where it has sold security tools that governments use for digital surveillance and censorship.

But Huawei employees have provided other services, not disclosed

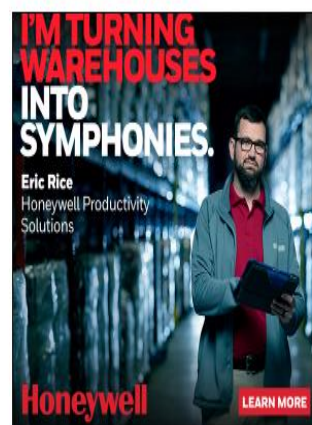


Рисунок 1 – Виды шрифтов, используемых газетой The Wall Street Journal

Заглавие выделено шрифтом Escrow Condensed, для написания подзаголовка использован шрифт Retina, имена авторов статьи записаны шрифтом Exchange, время актуализации статьи – снова Retina, текст статьи – снова Exchange, то есть наблюдается чередование разных шрифтов в разной последовательности. Таким образом в газете оформляются любые статьи. Здесь следует обратить внимание на особенности применяемых шрифтов.

Шрифт Escrow появился в 2002 году, к его созданию приложили руку Марио Гарсия, Сайрус Хайсмит и Ричард Липтон. Шрифт был создан по заказу The Wall Street Journal для оформления исключительно заголовков, поскольку он, особенно при большом кегле, сильно контрастирует с иными шрифтами, вызывая интерес у читателя. Считается, что особенно примечательные в этом шрифте буквы *k* и *z* [8].

Retina, считающийся одним из наиболее «лёгких» и читабельных шрифтов, был создан Тобиасом Фрир-Джонсом около 2000 года для отображения информации в газетах и на телевидении, шрифт использует преувеличенные пропорции и детали, чтобы сохранить «идентичность» каждой буквы,

подавая информацию «открытым текстом» [10].

Шрифт Exchange является относительно новым, он был разработан Тобиасом Фрир-Джонсом также по заказу газеты The Wall Street Journal для замены старого шрифта в 2006 году и нацелен на то, чтобы сделать текст как можно более читабельным даже при малых кеглях [7]. Шрифт считается удобным именно для чтения газетных колонок с экрана мобильного устройства.

Итак, газета The Wall Street Journal, будучи коммерциализированной и имея столь крупный тираж, может позволить себе оплатить разработку шрифтов непосредственно для своих статей и заголовков к ним. Категория интерсемиотичности в этом случае реализуется тем, что газета транслирует читателю свою значимость, говоря о своём высоком рейтинге и важной роли в системе СМИ США. Несомненно, быть в курсе этого может лишь опытный пользователь, не только знакомый с данной газетой и читающий периодически её статьи, но проинформированный об истории создания газеты, журналистах, публикующих в ней свои статьи, тематическом диапазоне газеты, редакционной политике и т.д.

Похожим образом, в онлайн-прессе Германии также эксплуатируются упомянутые легко читаемые с экрана Georgia и Helvetica, однако диапазон избранных для написания статьи шрифтов и их особенностей несколько шире, нежели в американской прессе. Например, в начале

каждой статьи газеты Welt справа крупным шрифтом (Helvetica) указывается регион, о котором в дальнейшем пойдёт речь: **HAMBURG & SCHLESWIG-HOLSTEIN**.

В целом, начало статьи выглядит как на рисунке 2:

HAMBURG & SCHLESWIG-HOLSTEIN

POLITIK IN HAMBURG WETTER STELLENMARKT

HAMBURG VON HACKERN ERPRESST

Juwelierkette Wempe zahlte hohes Lösegeld an Cyberkriminelle

Veröffentlicht am 02.07.2019 | Lesedauer: 2 Minuten

Sie hackten sich in das Computersystem der Juwelierkette Wempe und blockierten es. Dann forderten sie von dem Hamburger Unternehmen ein hohes Lösegeld – und waren dabei offenbar erfolgreich.



23



Die Hamburger Juwelierkette Wempe ist von Cyberkriminellen erpresst worden. Die Täter hätten das Computersystem der Firma mit einer

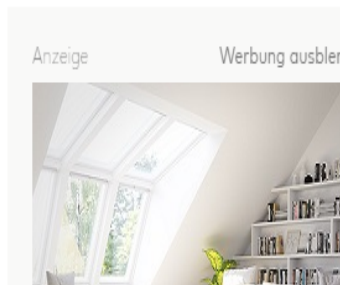


Рисунок 2 – Виды шрифтов, используемых газетой Welt

Здесь можно наблюдать некое чередование шрифтов Helvetica и Georgia, выделяемых разным цветом и размером, а также жиром, причём основной текст статьи напечатан распространённым и популярным шрифтом Times New Roman. Последний был разработан в тридцатых годах двадцатого века С. Морисоном для британской газеты Times как «привлекательный текстовый шрифт с высокой удобочитаемостью и одновременно повышенной ёмкостью для печати на хорошей бумаге» [4]. В настоящее время он используется во многих государствах как стандартный шрифт для печати дипломатических и служебных

документов, то есть обладает высокой степенью официальности. Исходя из этого можно констатировать тот факт, что германская онлайн-газета пытается подать статью как официальный документ, контент которого выверен и достоверен, поскольку у читателя возникнет именно такая ассоциация при виде «делового» шрифта.

Красная строка маркируется крупной заглавной буквой (шрифт – Helvetica, а не Times!), которую «обтекает» текст первого абзаца. В американской прессе этого не было выявлено, однако это, на наш взгляд, удачное решение для выделения начала текста статьи в оппозиции к заголовку и подзаголовку, а

также иной второстепенной информации. Автор транслирует реципиенту: читать следует отсюда!

Возможно, такое «комбинирование» и чередование нескольких шрифтов в данной статье связано с тем, что она не была никаким иным образом проиллюстрирована

и, если бы не эта «игра» со шрифтами, статья представляла бы собой простой текст, не особенно привлекательный для читателя.

В важнейшей газете Германии – Frankfurter Allgemeine Zeitung – для маркировки названия самой газеты применяется готический шрифт (рис. 3).



Рисунок 3 – Готический шрифт в заголовках газеты Frankfurter Allgemeine Zeitung

Оригинальный готический шрифт появился в эпоху Средневековья, пережил несколько трансформаций и был вытеснен иными видами шрифтов в большинстве европейских государств, кроме Германии, где он нашёл широкое применение: в печати книг и периодических изданий, в личной переписке. В период фашистской диктатуры шрифт был объявлен «исконно немецким», из-за чего утратил свои позиции после 1945 года. В настоящее время он используется благодаря его декоративности для оформления заголовков, вывесок и так далее [2]. В остальном, газета использует

гибридные шрифты. Возможно, использование готического шрифта связано с тем, что газета традиционно не печатает иллюстраций на первой полосе, соответственно, газете не хватает привлекательности.

Ещё одна важная германская газета, принадлежащая к «качественной прессе» – Süddeutsche Zeitung – использует декоративный гибридный шрифт, сразу привлекающий внимание читателя своей плавностью и вселяющий спокойствие



Рисунок 4 – Гибридный декоративный шрифт в заголовках газеты Süddeutsche Zeitung

Также зачастую важные новости печатаются полностью жирным шрифтом. Газета пользуется шрифтами Times New Roman, Georgia и шрифтом SZ Text, который был разработан в 2011-2012 годах Нильсом Томсеном и другими специалистами для

Süddeutsche Zeitung [9]. SZ Text был переделан из Excelsior, это узкий шрифт с небольшими и лёгкими заглавными буквами, для того чтобы сделать текст более читабельным. Вот одна из его разновидностей:

Drogenspürhunde seien nur für kurze Zeit einsatzfähig, sehr auf eine Bezugsperson fixiert, ihre Ausbildung zeitaufwendig und kostspielig, heißt es da. Warum also nicht die Biene? Kessler wurde für ihre Arbeit vom diesjährigen Europäischen Polizeikongress mit einem Sonderpreis ausgezeichnet. Ausgefallene Forschung oder Schnapsidee? Experten habe jedenfalls Zweifel daran, dass die Idee umsetzbar ist.

Рисунок 5 – Шрифт Excelsior в газете Süddeutsche Zeitung

С другой стороны, не каждая газета может похвастаться собственным шрифтом, это повышает её рейтинг в глазах читателя.

Таким образом, категория интерсемиотичности реализуется в результате взаимодействия разных шрифтов, каждый из которых можно рассматривать как отдельную семиотическую систему, несущую на себе печать личности создателя-разработчика того или иного шрифта, характеризующую время, в которое шрифт был изобретён, целевые установки заказчика, официальность/неофициальность/декоративность шрифта, социально-политический или культурный контекст и т.д. Журналисты и редакторы также широко используют

выделение жиром и курсивом для акцентуации каких-либо фактов, которые читатель в результате декодирует как более или менее значимые, что также служит реализации категории интерсемиотичности. Цветовой диапазон, применяемый в американской прессе, более широк, нежели в прессе Германии, сами цвета более яркие (жёлтый, оттенки красного). В германских газетах используется тёмно-синий цвет или выделение цветом вообще отсутствует. Возможно, это объясняется особенностями менталитета любящих яркость американцев и деловых, не склонных к излишней пестроте немцев.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Амири Л.П. Параграфемные средства языковой игры как паралингвистические реалии в рекламной коммуникации // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия Филология. Теория языка. Языковое образование. — 2013. — № 2 (12). — С. 69–76.
2. Арсеньева М.Г., Балашова С.П., Берков В.П., Соловьёва Л.Н. Введение в германскую филологию. — М.: ГИС, 2000. — 314 с.
3. Балакина Ю.В., Соснин А.В. Интерсемиотичность и мультимедийность: от традиционных текстов к электронным // Сибирский филологический журнал. — 2017. — № 1. — С. 161–172.
4. Великие шрифты. Times New Roman. — 2007. — URL: <http://rus.paratype.ru/the-great-fonts-times-new-roman>.
5. Ворошилова М.Б. Политический креолизированный текст: ключи к прочтению: монография. — Екатеринбург: Уральский гос. пед. Ун-т, 2013. — 193 с.
6. Пустовалов А.В. Печать или веб? Ведущие газеты США в борьбе за популярность // Вестник Пермского университета. Серия: Российская и зарубежная филология. — 2012. — № 3. — С. 186–195.
7. Exchange. — URL: <https://www.typewolf.com/site-of-the-day/fonts/exchange>.
8. New from Font Bureau: Escrow Banner and Escrow Reading Edge. — 2016. — URL: <https://blog.webtype.com/?p=6198>.
9. Nilsthomsen. — URL: <http://www.nilsthomsen.com/sueddeutsche>.
10. Retina. — URL: <https://frerejones.com/families/retina>.
11. The Simplicity of Helvetica. — 2010. — URL: <https://www.webdesignerdepot.com/2010/01/the-simplicity-of-helvetica/>.
12. The Web's Favorite Typefaces Go Pro. — URL: <http://georgiaverdana.com>.

GRAPHICAL IMPLEMENTATION OF THE INTERSEMIOTICITY CATEGORY IN THE NEWSPAPER DISCOURSE (IN GERMAN AND U.S. PRESS)

© 2020 Olga Yu. Kolomiytseva

Samara University of Public Administration
“International Market Institute”, Samara, Russia

The article deals with such a way of implementing the intersemioticity category as font variation. Various mechanisms of font variation, peculiarities of development and influencing potential of popular fonts used in newspapers in Germany and the USA are analyzed. The correlation of the fonts with the content of information message is shown. The article also identifies similarities and differences in fonts used by German and US newspapers.

Keywords: intersemioticity, newspaper discourse, graphical implementation, font variation, recipient.