

Савенко О. М., заслужений журналіст України, доцент
Київський національний університет культури і мистецтв (Київ, Україна),

Савенко Т. Д., к. філол. н., доцентка
Національна академія статистики, обліку та аудиту (Київ, Україна)

ОПТИМІЗАЦІЯ ТЕКСТУ ЯК КОМУНІКАТИВНОЇ ОДИНИЦІ І НОВІТНЬОГО АВТОНОМНОГО УТВОРЕННЯ В ЕПОХУ ДИДЖИТАЛІЗАЦІЇ

Актуальність проблеми. Упродовж останніх десятиліть фахівцями-філологами відзначається стійка тенденція посилення уваги представників низки наук до тексту саме як до автономного, самостійного, цілісного і завершеного твору мовленнєвотворчої діяльності людини. Дослідники підкреслюють, що розвиток лінгвістичних студіювань початку ХХІ століття позначений опертям на тяглість національної лінгвістичної традиції, коли значно активізувалися дослідження з лінгвістики тексту, комунікативної лінгвістики, теорії мовленнєвих актів і теорії мовленнєвих жанрів, мовленнєвого дискурсу та дискурсної медіапрактики. У зв'язку з цим підкреслимо, що це цілком логічно і закономірно ще й тому, що в нинішню епоху глобальної цифровізації саме сучасний текст та його невід'ємна частина – медіатекст – є стрижневою одиницею масмедійного дискурсу, чільним засобом і способом обміну інформацією та лакмусом когнітивного впливу на громадсько-політичну і соціально-економічну сферу життя людини. Тому не випадково дослідження функцій тексту та медіатексту нині посіли одне з чільних місць у гуманітарних науках взагалі та мовознавства зокрема саме через той вплив на соціум, який здійснює масмедійний дискурс.

Мета і завдання статті. Сплеск інтересу теоретичних досліджень тексту в епоху лавиноподібного розвитку і проникнення новітніх технологій, суцільної комп'ютеризації та диджиталізації в економічне, бізнесове, громадсько-політичне, суспільне життя, в науку і побут

пояснюється пошуком нових розуміння, уявлень і доказів про мову назагал як про «складну багатопластову ієрархічну структуру і про її «вершину» – текст, в якому на найвищому мовному рівні взаємодіють усі нижчі. Практичне значення цих студій – у появі нових можливостей раціоналізації текстового матеріалу, що особливо важливо для тих, хто творить текст, хто його обробляє, і, звичайно, для тих, хто цей текст сприймає. Таким чином, текстологічні дослідження мають непересічне значення і для фахівців масової комунікації – журналістів, редакторів ЗМІ» [7].

Наукологиня переконана, що такий підхід до досліджень проблем тексту набуває вже не вузькоспеціального, одноаспектного, а глобального характеру вивчення ще й тому, що це не лише відкриває нові перспективи для подальшого розвитку теоретичних та прикладних галузей науки, дає змогу глибше осягнути суть і зміст тексту (як традиційного, так і модерного, новітнього), і спонукує до перегляду уже давно сформованих, вивіренних часом положень про будову та характер змісту тексту у сучасній медійній комунікації як з погляду аналізу його складових, так і з погляду синтезу їх на вищому мовному рівні. Іншими словами – тест уже сприймається і вивчається як явище, що займає самостійне місце в ієрархічно організованій мовній структурі, функції якої пов'язані зі здійсненням мовленнєвої комунікації.

Дослідити внутрішні рушії і механізми дії цього порівняно нового явища в житті суспільства та засобах масової комунікації, проаналізувати уже зараз помітні зміни в характері і манері масмедійної комунікації, спробувати бодай пунктирно передбачити вплив нового стилю комунікації на розвиток і нинішній стан української мови в новітніх комунікаційних засобах та тенденцій його впровадження (а в деяких випадках навіть агресивної експансії) у комунікативну масмедійну практику у найближчому майбутньому і є завданням цієї статті.

Виклад основного матеріалу. У той же час констатуємо, що в

українському мовознавстві проблематика та вивчення функцій повних і стислих текстів у масмедіа, що нині заповнили електронний інформаційний простір і стали новоявленим явищем і своєрідною модою у середовищі мільйонів юзерів-споживачів, досі перебуває ще далеко не у пріоритетному фокусі досліджень. Почасти це пояснюється певною інертністю мислення наукової лінгвістичної спільноти, а також відданістю українських науковців усталеним підходам і традиціям класичних досліджень.

Цілком слушно, як на нашу думку, відзначає вченкиня В. З. Сас, що нині у лінгвістичній традиції існує «дві стійкі тенденції трактування тексту – як лінійної послідовності речень і як ієрархічного утворення, з притаманною йому глибиною та глобальною зв'язністю. Текстові категорії, що базуються на зв'язності у лінгводискурсознавчій практиці, прийнято умовно розділяти на дві основні групи: структурно-семантичну (когезія) та змістову (когерентність). Когерентність (текстуальна зв'язність, цілісність) – це поєднання усіх частин тексту в єдине ціле відповідно до інтенції автора; встановлення взаємозв'язку між текстом, що несе інтенцію автора, і реципієнтом у процесі сприйняття а також участь кожного з авторських прийомів у процесі побудови когерентного дискурсу» [6]. А когезія (від лат. *cohaesus* – пов'язаний, об'єднаний: граматичні, семантичні, лексичні форми зв'язності тексту) означає принципи, що сполучають елементи поверхні тексту в організоване ціле, які передаються граматичними засобами. Наголосимо: якщо когерентність експлікується семантико-прагматичними відносинами, то саме когезія уможлиблює існування тексту як цілісного структурно-семантичного утворення.

Традиційне і часто цитоване у наукових доробках визначення поняття «текст» як витвору мовленнєвого процесу, що відзначається завершеністю, об'єктивованого у вигляді письмового документа, літературно опрацьованого відповідно до типу документа, який

складається із заголовка і ряду особливих одиниць (надфразових едностей), об'єднаних різними типами лексичного, граматичного, логічного, стилістичного зв'язку, і має певну цілеспрямованість і прагматичну визначеність, з точки зору сучасних наукових і життєвих реалій, їхнього практичного вмонтування у процеси сучасної диджиталізованої комунікації XXI століття виглядає уже не уповні відповідним часу, і навіть до певної міри анахронізмом. Особливо це стосується комунікативної практики т.зв. покоління постміленіалів, яких у просторіччі іменують ще зумер-людьми (народжені приблизно з 1995 по 2010 роки). Загально визнані раніше твердження, що найістотнішими ознаками тексту є його цілісність, зв'язність, структурна організованість і завершеність з позицій аналізу мовної практики мільйонів представників вищезгаданих поколінь (до них уже доєднується і т.зв. покоління «Альфа» – особи, народжені з 2010 по 2025 рр.), а також з діяльності новітньої конвергентної та електронної журналістики в інтернет виданнях, дописів блогерів та тегів підписників у соцмережах, виглядають відсталими й уже невідповідними стримині життя. У той же час залишається гостроактуальною (навіть у зв'язку з новими обставинами і сучасним темпоритмом і життєукладом) давнішня констатація відомого донецького мовознавця А. П. Загнітка, що текст, як серединний (проміжний) елемент комунікативного акту, виявляє свою специфіку у кодуванні і декодуванні: щодо мовця (адресанта) текст є кодованою величиною, оскільки мовець кодує певну інформацію, а для сприйняття вміщеної у тексті інформації читач повинен її декодувати. Від себе зазначимо: без цього наукового ключа члена-кореспондента НАН України А. П. Загнітка – розуміння і здатність розшифрувати кодування-декодування – осягти, зрозуміти і сприйняти як допустимий (з позицій освіченої і грамотної людини) сучасностворений текст в новітніх медіа буде доволі проблематично [1, 2].

Як підкреслює в уже згадуваній нами монографії вченкиня В. З. Сас,

у сучасній парадигмі лінгвістики єдність мовлення та ситуації, в якій воно відбувається (себто дискурс), тлумачиться як «складне комунікативне явище, яке окрім тексту містить екстралінгвістичні фактори (знання про світ, судження, установки, цілі адресата, необхідні для розуміння тексту), охоплює соціальний контекст, що створює уявлення як про учасників комунікації, так і про процеси творення і сприйняття повідомлення... Дискурс – це текст з екстралінгвістичними, прагматичними, соціокультурними, психологічними та іншими чинниками; текст, узятий у подієвому аспекті; мовлення, яке розглядається як цілеспрямована соціальна дія... Це мовлення, занурене в життя» [6].

Із цими думками суголосні спостереження І. Г. Мірошніченко, яка цілеспрямовано вивчає тексти у сучасних українських медіа з точки зору їхнього функціонального призначення, і нині послідовно концентрується на процесах становлення, розвитку і проникнення в тканину інфопростору особливого інформаційного виду – стислих медійних текстів (СМТ). У своїх доробках вона засвідчує побутування двох видів СМТ: власне медійних, що набором своїх прагматичних функцій повністю відповідають основним завданням масмедіа в суспільстві, та медіасервісних, спрямованих на структурування медіапростору та забезпечення зручності для споживачів інформації.

Взявши за висхідну позицію дефініцію стислого медіатексту, витлумаченого О. І. Панченко, що «це повідомлення, об'єктивоване подібно до будь-якого іншого тексту в письмовій формі, побудоване шляхом скорочення повного тексту або створене як первісно коротке, призначене за необхідності для подальшого розгортання у більш об'ємний текст» [5], вченкиня представляє на розгляд наукової спільноти власну класифікацію стислих медіатекстів, яка полягає у розподілі їх за прагматичними функціями на дві групи: перша – власне медійні (тобто ті, що мають певну структуру, жанрові характеристики, яскраво виражені масмедійні функції, які наповнені фактуальною інформацією, а відтак

мають і суспільну значущість); і друга – медіасервісні (тобто ті, що створюються для організації та структурування медійного простору, зручності для споживачів інформації, привабливості подачі матеріалу). Прагматична функція медіасервісних текстів – зробити інформаційний матеріал легким для сприйняття, а його презентацію здійснити у дружній до споживача манері. До прагматичних функцій дослідниця відносить номінативно-репрезентативні (текст-візитівка, назви рубрик, сторінок, імена ведучих тощо); акцентуаційні (цитата, ключова ідея тощо); навігаційні (зміст, новинна стрічка, вказівка на рух або час); локаційні (текст-хронотоп). До всього цього І. Г. Мірошниченко взагалі пропонує ввести у медіалінгвістику термін «медіасервісний текст»: за її визначенням, це «масмедійний текст зі згорненою (стислою) структурою, створений для організації медійного континууму, зручності його поширення та сприймання споживачами інформації, який виконує номінативно-репрезентативні, акцентуаційні, навігаційні або локаційні функції» [3].

Ми погоджуємося з думкою дослідниці, що до дискурсивних ознак медіатекстів у сучасних електронних ЗМІ та в соцмережах насамперед слід віднести лаконізм та інформаційну насиченість масмедійного тексту, спричинені прагматичними чинниками: прагненням скоротити текстові площі у виданні задля оприлюднення більшої кількості повідомлень, потребою економії матеріальних засобів і ресурсів, необхідних для розповсюдження інформації, вимогами жанру твору, доцільним витрачанням і заощадженням розумових зусиль людини, спрямованих на засвоєння і переосмислення інформаційного потоку. Можна твердити, що вищенаведене спостереження наукологині стало віддзеркаленням і поясненням причини поширення у ЗМІ стислих медіатекстів: вони мають підвищену інформаційну насиченість, коротка форма досягається завдяки згортанню структури повідомлення, ущільнення семантичного наповнення здійснюється за рахунок ужитих лексичних, морфологічних, синтаксичних,

семантичних, графічних засобів мовної компресії. Як практики, ми поділяємо теоретичне положення автора дослідження, що стислий текст, як мовний феномен, є результатом цілеспрямованої діяльності продуцента, зумовленої запитами соціуму, які впливають на прагматику різних видів стислих текстів [4].

Висновки. Дослідження функцій тексту та його сучасного різновиду – медіатексту нині посіли одне з чільних місць у гуманітарних науках взагалі та в мовознавстві зокрема саме через той вплив на соціум, який здійснює масмедійний дискурс. Водночас у наукових доробках констатовано, що такі загальноновизнані характеристики й ознаки тексту як його цілісність, зв'язність, структурна організованість і завершеність з позицій аналізу мовної і комунікативної діяльності т.зв. покоління XXI віку постміленіалів, а також з загальної практики новітньої конвергентної та електронної журналістики, виглядають дещо відсталими й невідповідними стримині життя. Завдяки низці своїх прагматичних функцій нинішні масмедійні тексти повністю відповідають основним завданням медіа в суспільстві, спрямованим на структурування медійного простору, забезпечення зручності для реципієнтів інформації, створення дружнього інформаційного простору, скорочення витрат на підготовку й поширення інформації, економії часу споживача на орієнтування в інфопросторі.

У підсумку констатуємо: сучасні, зокрема стислі, медіатексти, які набули значного поширення у диджиталізованих масмедіа і соціальних мережах, закономірно мають низку специфічних ознак, які відрізняють їх від повних і розгорнутих текстів, головними серед яких є: мовна економія; урізано-мозаїчна інформаційна структура; короткий обсяг з яскраво вираженою тенденцією до мінімалізації; підвищена інформаційна насиченість і щільність; неусталене застосування лексикографічних знаків (нетрадиційність уживання букв, скорочень, допустимість відсутності дефісів, крапок, ком, тире, двокрапок, лапок, дужок); довільне і часто

неконтрольоване порушення норм літературної мови.

Усе це є переконливим свідченням наукової необхідності і суспільної потреби поглибленого вивчення сучасних повних і стислих текстів у цифровізованих електронних комунікаційних засобах, що з'явилися внаслідок реалізації природних законів економії мови та спроб людини спростити процес поширення і сприйняття інформації. Їхня актуальність спричинена наявністю різноманіття засобів продукування лаконічних, семантично ємних, інформаційно насичених, зі згорнутою формальною структурою текстів у всіх сферах людської діяльності [3]. Багатство використаних рівнів і засобів ущільнення й конденсації змісту та форми, дотримання, відхилення або свідоме ігнорування мовних норм у текстах допоможе створити цілісну, повну, правдиву і масштабну картину нинішнього стану української мови в новітніх комунікаційних засобах, та тенденцій її розвитку в найближчому майбутньому.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Загнітко А. Теорія граматики і тексту : монографія [Текст] / Анатолій Загнітко. – Донецьк: Вид-во «Ноулідж» (Донецьке відділення), 2014. – 480 с.
2. Загнітко А. Нові виміри інтертекстуальності. Рец. на монографію: Дзера Оксана. Біблійна інтертекстуальність і переклад : англо-український контекст: [монографія]. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2017. – 475 с.
3. Мірошниченко І. Г. Види стислих текстів сучасних українських мас-медіа за функційно-прагматичним призначенням. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. 2019, № 43, том 4. – С.155-164.
4. Мірошниченко І. Г. Порушення мовних норм як засіб стиснення структури та змісту медіатексту. Південний архів. Філологічні науки. Вип. LXXIII. Херсон : ХДУ, 2018. – С. 212–215.
5. Панченко О. І. Лінгвістика стиснутого тексту: дис. докт. філол. наук : 10.02.02. Дніпро : ДДУ, 1998. – 306 с.

6. Сас В. З. Маркери когерентності в ідіодискурсі Франца Кафки. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук. На правах рукопису. Львівський національний університет імені Івана Франка. Львів, 2017. – 6 с.

7. Серажим К. С. Структура публіцистичного тексту: загальні підходи до текстологічного аналізу. Електронна бібліотека Інституту журналістики. <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=47>.