

УДК 811.111'22'42

DOI <https://doi.org/10.32782/2410-0927-2023-19-6>

Лариса МАКАРУК

професор кафедри прикладної лінгвістики, Волинський національний університет імені Лесі Українки, пр. Волі, 13, м. Луцьк, Україна, 43025

ORCID: 0000-0002-8988-2753

Бібліографічний опис статті: Макарук, Л. (2023). Архітектоніка текстів малої форми та засоби їх продукування. *Актуальні питання іноземної філології*, 19, 31–37, doi: <https://doi.org/10.32782/2410-0927-2023-19-6>

АРХІТЕКТОНІКА ТЕКСТІВ МАЛОЇ ФОРМИ ТА ЗАСОБИ ЇХ ПРОДУКУВАННЯ

Статтю присвячено дослідженню нетипових інфографічних текстів малої форми на тематику COVID-19. Докладно обґрунтовано їх специфіку та диференційні ознаки. Виявлено, що значний сегмент сучасного англomовного масмедійного комунікативного простору займають тексти малої форми, зміст яких розкривається за допомогою окремих блоків у формі геометричних фігур. На відміну від традиційних текстів, аналізований тип потребує від читача обрання власної стратегії прочитання. Кожна з фігур уміщує певну ідею, яку логічно розкривають як за допомогою вербальних, так і невербальних засобів, останні з яких часто відіграють провідну роль. Тексти з незвичною архітектонікою не належать до того спектра, який легко читається й швидко сприймається. Ураховуючи це, кількість варіацій прочитання залежить від реципієнта.

Установлено, що саме такі типи текстів є інформаційно незбалансованими та графічно перенасиченими за рахунок переважно вербального складника. Невербальний складник, хоч і покликаний симпліфікувати представлення інформації часто бере на себе роль провідного комунікативного компонента, однак не завжди є простим, легким та доступним для розуміння, а відтак й для сприйняття. Кожен з аналізованих текстів містить вербальний складник, який, з одного боку, уточнює та специфікує зміст, а з іншого – відволікає увагу і не дає можливості зосередитися на основній інформації.

Аналізованим текстам притаманна блоковість та нелінійність представлення інформації. У двох випадках блоки містять обширну інформацію за рахунок вербального складника. Тло текстів переважно пастельне, що свідчить про важливість інформації та контент серйозного характеру. Візуальна складова у таких текстах покликана акцентувати увагу на найвагоміших аспектах. Варіювання шрифтом та кольором має на меті виокремити ті фрагменти, на які слід першочергово звернути увагу.

Ключові слова: тексти малої форми, вербальні і невербальні засоби, блоки, способи прочитання, COVID-19.

Larysa MAKARUK

Professor at the Applied Linguistics Department, Lesya Ukrainka Volyn National University, 13 Volia Ave., Lutsk, Ukraine, 43025

ORCID: 0000-0002-8988-2753

To cite this article: Makaruk, L. (2023). Arkhitektonika tekstiv maloi formy ta zasoby yikh produkuvannia [Architectonics of small form texts and the means of their production]. *Current Issues of Foreign Philology*, 19, 31–37, doi: <https://doi.org/10.32782/2410-0927-2023-19-6>

ARCHITECTONICS OF SMALL FORM TEXTS AND THE MEANS OF THEIR PRODUCTION

The article is focused on the study of atypical small-form infographic texts devoted to COVID-19. Their specificity and differentiating features have been described in detail. It has been identified that a significant segment of the modern English-language mass media communication space is occupied by small-form texts, the content of which is revealed through separate blocks in the form of geometric shapes. Unlike traditional texts, the analyzed type requires the reader to choose his or her own reading strategy. Each of the shapes contains a certain idea that is logically revealed with the help of both verbal and non-verbal means, the latter of which often play a leading role. Texts with an unusual architectonics do not belong to the spectrum of texts that are easy to read and quickly perceived. They have a free reading strategy that does not fit into the classical format. Taken into account this fact, such texts can be read at the discretion of the recipient and the number of possible variations may be unlimited.

It has been established that these types of texts are informationally unbalanced and graphically oversaturated due to the predominantly verbal component. Although the non-verbal component is intended to symbolize the presentation

of information and often takes on the role of a leading communicative component, it is not always simple, easy and accessible for understanding, and therefore for perception. Each of the analyzed texts contains a verbal component that, on the one hand, clarifies and specifies the content, and on the other hand, distracts attention and does not allow focusing on the main information.

The analyzed texts are characterized by blocky and non-linear presentation of information. In two cases, each block contains extensive information due to the verbal component. The background of the texts is mostly pastel, which indicates the importance of the information and the serious nature of the topic. The visual component in these texts is intended to emphasize the most important aspects. Varying the font and color is intended to highlight those fragments that should be paid attention to in the first place.

Keywords: *small form texts, verbal and non-verbal means, blocks, ways of reading, COVID-19.*

Актуальність проблеми. Значну частину сучасного англomовного комунікативного простору складають інфографічні тексти малої форми, присвячені проблемі COVID-19, яка уже третій рік поспіль не втрачає планетарної актуальності. Не зважаючи на те, що зусилля чималої кількості вузькоспеціалізованих фахівців спрямовані на пошук оптимальних шляхів боротьби з цією недугою – ефективного вирішення проблеми нині, на жаль, не запропоновано. Ключовою причиною, що пояснює функціонування означеного сегмента текстів є потреба в інформуванні громадськості щодо можливих шляхів інфікування, перебігу хвороби, правил поведінки в громадських місцях з метою уникнення заражень та зрештою, усіх можливих наслідків, які, як доведено, виникають як в умовах ізоляції, так і після одужання.

З огляду на це, в масмедійному комунікативному просторі натрапляємо на широкий спектр малоформатних текстів, невеликих за обсягом у яких висвітлюють означені питання. Саме вони виявилися найбільш затребуваними в період інформаційної революції коли докладне вивчення широкоформатних даних, створених виключно вербальними засобами, відходить на задній план, однак постає потреба в опрацюванні певного обсягу інформації, щоб бути в курсі подій та оперативно прийняти правильне рішення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасних вітчизняних студіях вербальним вимірам проблеми COVID-19 присвячено низку робіт, зокрема Маланюк М. С. [2], Семєнюк Т. П. [3], Усік С. Р. [3] та ін. Питанням графічної площини, а також симбіозу вербальних та невербальних засобів присвячено окремі розвідки [1], кількість яких станом на сьогодні – малочисельна, що й пояснює актуальність обраної проблематики.

Мета дослідження – проаналізувати специфіку текстів малої форми та тематику

COVID-19, зокрема тих, що мають нетрадиційну будову, переважно сегментне нелінійне представлення інформації та виокремити їх диференційні ознаки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проаналізуємо кілька текстів, які, на перший погляд, незвичні в плані архітектоники, однак мають на меті донести до потенційних читачів чимало вагомих аргументів щодо певних аспектів, релевантних COVID-19. Передусім, на рис. 1 ввічі впадає квадрат у пастельній палітрі, в центрі якого розміщено лого установи (*Europol*), заголовок (*The New Normal after Covid-19*) та підзаголовок (*A Safety Guide*) на поліцейському бейджі. На особливу увагу заслуговує графічна оболонка цього тексту, що має форму квадрата, який умовно поділено на чотири однакові за розмірами блоки-квадрати, тематично пов'язані між собою. Усередині великого квадрата бачимо ще один квадрат, який завдяки кольору створює умовне підтематичне розмежування та поділ чотирьох квадратів на вісім рівнобедрених прямокутних трикутників.

Завдяки кольору, також маємо підстави стверджувати, що контент нерозважальний, оскільки в тексті превалюють приглушені пастельні кольори. Кожен квадрат поділено на два рівнобедрених прямокутних трикутники, у яких чітко структуровано інформацію, яку мали на меті повідомити продуценти. Усі блоки мають підзаголовок, кожен з яких специфікує інформацію, про яку йтиметься далі. Всередині кожного квадрата бачимо коло в якому розміщено саме той об'єкт, якому власне й присвячений аналізований блок.

В центрі блоку під назвою *OUT AND ABOUT*, на яку натрапляємо внизу, не вгорі, як традиційно ми звикли бачити у переважній більшості текстів, розміщено будинок. На особливу увагу заслуговують перші речення в синьому трикутнику з яких власне й починається розкриття

змісту: *You can go outside again. Criminals can too.* Невипадковим є їхній відмінний колір, завдяки якому наголошують на тому, що знову дозволено виходити з помешкань. Внаслідок гри кольорів імпліцитно розуміємо, що за межами будинків можуть знаходитися не лише ті, кому конкретно адресоване повідомлення, а й загалом усі, у тому числі й потенційні злочинці. Саме це сигналізує особовий займенник *You*.

Така графічна стратегія свідчить про небезпеку, яка може чекати власників квартир чи будинків. Поруч з будинком бачимо пунктирну лінію, яка об'єднує три речення: *Protect your home against burglaries. Lock your doors and windows. Keep valuables out of the sight.* Серед графічних візуальних об'єктів є також й автомобіль. Між ним та будинком читаємо: *Avoid sharing your location on social media.* Другий трикутник гірничного кольору містить речення *Protection is a must, spot the scams,* яке є своєрідним закликком вжити усіх можливих заходів

безпеки, щоб запобігти можливим проявам злочинності у власному помешканні.

Не можна залишити поза увагою й наступну частину повідомлення під заголовком нетрадиційного формату: *FA!KE*. Нижче натрапляємо на короткі повідомлення, які допомагають дешифрувати зміст: *COVID-19 test kits. Face masks. COVID-19 vaccines.* Саме їх виділено на тлі інших трьома пастельними кольорами. За будовою ці речення прості. Їх зміст цілком зрозумілий. Щодо обрання стратегії прочитання інформації зауважимо, що традиційно ми читаємо зліва направо. Інформація, представлена в цьому тексті не дає змоги цього зробити, оскільки розміщена хоча й логічно, але нетипово. Саме це ускладнює процес прочитання. Читач змушений постійно зміщувати увагу з одного фрагмента на інший, знайомлячись зі змістом зліва направо, або справа наліво.

Слід також зауважити, що саме гра кольорів дозволяє маніпулювати змістовими акцен-



Рис. 1 [4]

тами, надаючи пріоритетності одній інформації на тлі іншої. Блок праворуч під назвою *WHEN AT HOME* має аналогічну графічну структуру. Підзаголовок *Still spending plenty of time online?* скеровує реципієнта до пошуку відповідей, якщо останній і досі продовжує працювати вдома: *Watch out for phishing and malware attacks. Use safe online video conferencing solutions. Back up your data and keep software updated. Use strong passwords. Avoid spreading misinformation.* У другому трикутнику з підзаголовком у формі питання *Still teleworking?* одразу натрапляємо на відповіді-вказівки, як слід чинити за умови, що відповідь на питання схвальна: *Only access data with corporate equipment. Stay alert and keep applying good practices.*

Блок ліворуч під назвою *CHILDREN'S SAFETY: A PRIORITY* присвячений безпеці дітей. У ньому в центрі на межі двох трикутників графічно змодельовано діалог дорослого та дитини. *Take the time to discuss the rules of the new normal. Talk about online and offline safety. Encourage using devices in communal areas of the home.* Спостерігаємо також й наявність піктограми з підписом-поясненням, що сигналізує небезпеку *Stay alert for signs of distress.*

Окремий блок під назвою *PROTECT YOUR FINANCES* – найнасиченіший у вербальному плані та найскладніший для розуміння. Його, як і всі попередні поділено на два умовних трикутники, в одному з яких міститься чотири речення *Watch out for too-good-to-be-true deals! Investment bargains and loans. Cheap offers for good and services. Suspicious job opportunities.*

Другий трикутник містить заголовки-застереження щодо оплати готівкою і позитивного ставлення до оплати онлайн: *Goodbye cash. Hello online payments.* Основний зміст викладено за допомогою кількох речень: *Use secure connections for online transactions. Deal with reputable websites only. Use credit cards for online shopping.* Увагу також акцентовано на криптовалюти. На запитання *“Acquiring cryptocurrency?”* бачимо відповіді-підказки: *Buy it directly and avoid investment schemes. Choose a reputable exchange. Consider storing it in a hardware wallet.*

В аналізованому тексті спостерігаємо пунктирні ламані, що прокладають своєрідний місток від інформації, що міститься в блоках

до бейджа та в одному з випадків до будинку завдяки пунктирній дузі. Крім того, слід звернути увагу і на способи послідовності сприйняття інформації у кожному блоці завдяки графіці. Як бачимо, продуценти пропонують кілька можливих стратегій.

Зауважимо, що аналізуючи цей текст виникає необхідність звернути увагу на постулати мультимодальної грамотності, оскільки прочитання цього тексту потребує пильності та уваги. Традиційно, ми звикли опрацьовувати інформацію зліва направо. Аналогічну тенденцію можна застосувати й для цього тексту. Вважаємо, що крім означеного вище способу його також можна читати й по-іншому: спершу, ліву верхню частину, потім ліву нижню; далі праву верхню і опісля нижню праву. Загалом, немає підстав стверджувати, що один спосіб кращий, ніж інший. Яку послідовність обирати вирішує реципієнт. Наголосимо, що усі блоки тематично споріднені. Тому не виключене й перехресне прочитання, тобто лівий верхній та нижній правий блоки та правий верхній і нижній лівий блоки.

Текст на рисунку 2, присвячений впливу COVID-19 на глобальні цілі сталого розвитку, запропоновані ООН на 2015–2030 рр., також має складну будову, оскільки зовсім неочевидною є стратегія його прочитання. Із 17 цілей на рисунку представлено 13 (1–8, 10, 11, 13, 16, 17). В аналізованому випадку не вміщено 9, 12, 14, 15. Загальний перелік має такий вигляд:

1. *No poverty.*
2. *Zero hunger.*
3. *Good health and well-being.*
4. *Quality education.*
5. *Gender equality.*
6. *Clean water and sanitation.*
7. *Affordable and clean energy.*
8. *Decent work and economic growth.*
9. ***Industry innovation and infrastructure.***
10. *Reduced inequalities.*
11. *Sustainable cities and communities.*
12. ***Responsible consumption and production.***
13. *Climate action.*
14. ***Life below water.***
15. ***Life on land.***
16. *Piece, justice and strong institutions.*
17. *Partnerships for the goals.*

Кожну з цілей супроводжує короткий коментар, переважно завдовжки одне

речення, який пояснює як поява COVID-19 позначилася на 13 глобальних цілях сталого розвитку. Прикметно, що заголовок тексту COVID-19 розміщено в центральній частині на тлі чорної молекули вірусу, зверху натрапляємо на вказівку-підпис «FIGURE 5: COVID-19 AFFECTING ALL SDGS», що дешифрує причину появи такої інфографіки.

Складність прочитання тексту зумовлена непослідовною локативністю елементів-піктограм. Вони хоч і містять цифри та фіксоване значення, закріплене за ними, однак навіть у випадку дотримання послідовності інформацію слід читати не зліва направо, як це зазвичай прийнято, а справа наліво, негоризонтально, як ми це традиційно не звикли робити, до того ж ще й вертикально, завершуючи тим стовпцем з якого починали. Майже кожна ціль містить графічне відгалуження у формі ламаної кривої стрілки, адаптованої під конкретну ціль. Піктограми під номером 4, 5, 8 та 11 містять по дві стрілки. Щодо піктограм 4, 5, 8 та 11 бачимо як шлях прокладений до них, так і від них. Виняток становить 10, до якої немає стрілки від

заголовку та яка не містить підпису-пояснення, але до якої спрямовано чотири піктограми під номерами 4, 5, 8 та 11.

Наведемо кілька причин-пояснень щодо впливу COVID-19 на глобальні цілі сталого розвитку. Так, у випадку з ціллю 1 “Loss of income (подолання бідності)” йдеться про те, що люди втратять доходи, а найбільш вразливі категорії населення опиняться за межею бідності (*Loss of income, leading vulnerable segments of society and families to fall below poverty line*). У випадку з ціллю 6 “Supply disruptions and inadequate access to clean water hinder access to clean hand-washing facilities, one of the most important COVID-19 prevention measures (Проблема з питною водою ставить під загрозу миття рук, як один із найважливіших превентивних заходів)”. Ціль 7 сфокусована на електроенергії і є своєрідним закликком заощаджувати її: “Supply and personnel shortages are leading to disrupted access to electricity, further weakening health system response and capacity”.

Вартим уваги є й текст на рисунку 3, який має складну архітектуру. Умовно його поді-

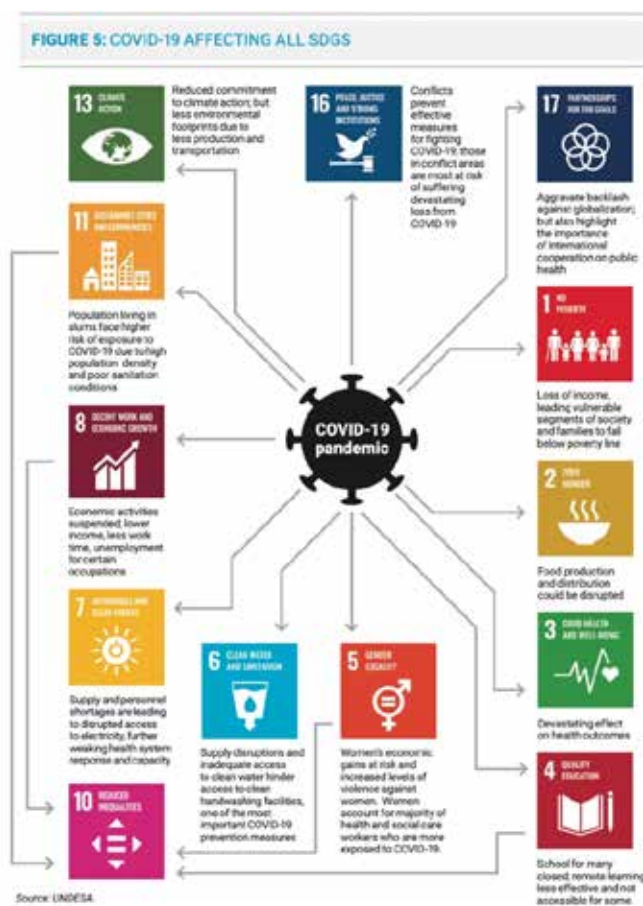


Рис. 2 [6]

лено на шість блоків, кожен з яких має заголовок: 1. *The Organism*. 2. *Reservoir*. 3. *Exit portal*. 4. *Transmission*. 5. *Entry portal*. 6. *New host*. Неординарною є репрезентація заголовку (*Break the Chain of Infection*) та підзаголовку (*If you break any of these links it can prevent you from getting sick or infection others*). Слід зауважити, що кожен блок у формі нестандартних геометричних фігур можна вважати окремим текстом.

У змісті прослідковуємо єдину концепцію будь-якими шляхами зупинити ковід і недопустити його поширення. На цьому акцентують увагу сім разів, поділяючи блочні мікротексти на дві частини й струкуючи найважливіші фрагменти за допомогою жирних крапок під блочним підзаголовком *Break the chain* і на початку загального текстового заголовку (*Break the Chain of Infection*).

Стратегія прочитання, як і у попередніх випадках довільна. Тому кількість варіантів прочитання залежить від реципієнта. Загалом, є 36 варіантів прочитання такого тексту. Реципієнт може обрати найприйнятніший для себе варіант.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Отже, як бачимо архітектоніка інфографічних текстів на тематику COVID-19 не завжди симпліфікована. Зафіксовано випадки комплексних конструктів, утворе-

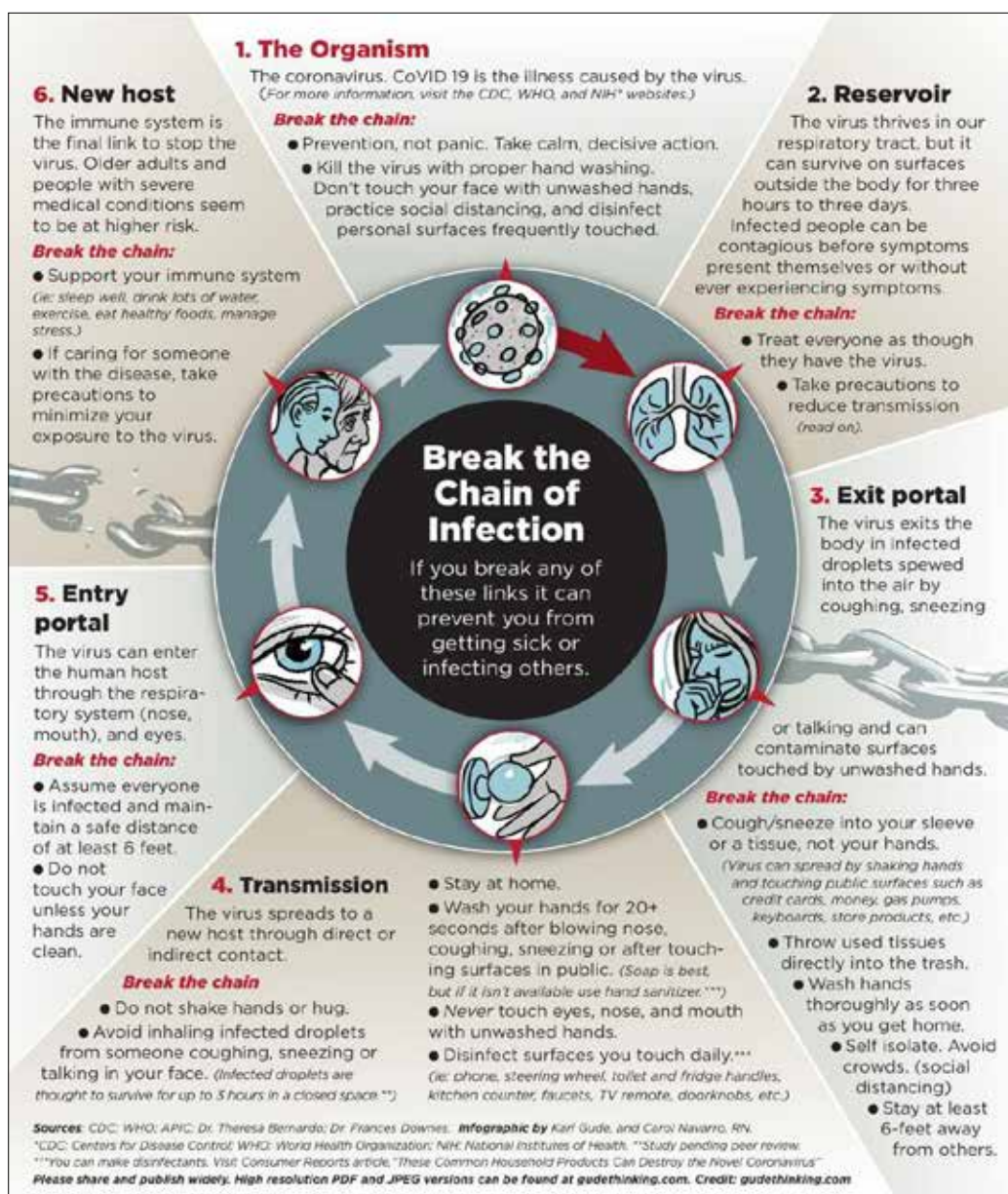


Рис. 3 [5]

них шляхом поєднання вербальних та невербальних засобів. Не зважаючи на те, що ключова мета інфографічних текстів у спрощеній візуалізованій формі лаконічно представити матеріал, цього принципу не завжди дотримуються. Як результат, спостерігаємо численні девіації, що трансформують традиційні способи горизонтального прочитання зліва направо й призводять до рандомного ознайомлення з матеріалом. Маємо підстави стверджувати про наявність в корпусі ілю-

стративного матеріалу текстів, яким характерна ресурсна незбалансованість й перенасиченість вербальними засобами.

Перспективними вважаємо розвідки, спрямовані на аналіз текстів малої форми, зокрема їх піктографічного сегмента задля з'ясування їх ергономічності та ефективності. Не менш багатобічними видаються пошуки спрямовані на дослідження паралінгвальних складників текстів малої форми та їх комунікативно-прагматичного потенціалу.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Makaruk L. L. Типи англомовних мультимодальних інфографічних текстів на тематику COVID-19. *Science and Education. A New Dimension. Philology*, IX (76), Issue: 260. Budapest, 2021. P. 41–45.
2. Маланиук М. С. Медичні терміни як засоби актуалізації концепту Covid-19 в англомовному епідеміологічному дискурсі. *Науковий журнал Львівського державного університету безпеки життєдіяльності «Львівський філологічний часопис»*. 2021. № 9. С. 136–143. DOI <https://doi.org/10.32447/2663-340X-2021-9.20>
3. Семенюк Т. П., Усік С. Р. Особливості невербальної версифікації концепту Covid-19 у сучасних засобах масової інформації Німеччини. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. Том 33 (72). № 5. Ч. 1. 2022 С. 257–262.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ:

4. *17goalsmagazin. The SDGs against COVID19*. URL: <https://bit.ly/3S3CRNh> (дата звернення 15.01.2024).
5. *Contently. Why Infographics and Other Visual Content Are Saving Lives From COVID-19*. URL: <https://bit.ly/3TV8c7o> (дата звернення 14.01.2024).
6. *Easel. 20 Coronavirus Infographics: Reusable Templates and Resources*. URL: <http://surl.li/pided> (дата звернення 14.01.2024).

REFERENCES:

1. Makaruk L. L. (2021). Typy anhlomovnykh multymodalnykh infografichnykh tekstiv na tematyku COVID-19. [Types of English-language multimodal infographic texts on COVID-19]. *Science and Education. A New Dimension. Philology*, IX (76), Issue: 260, P. 41–45. [In Ukrainian].
2. Malaniuk M. S. (2021). Medychni termini yak zasoby aktualizatsii kontseptu Covid-19 v anhlomovnomu epidemiolohichnomu dyskursi. [Medical terms as means of concept Covid-19 actualization in English epidemiological discourse]. *Naukovyi zhurnal Lvivskoho derzhavnoho universytetu bezpeky zhyttiediiialnosti "Lvivskiy filolohichnyi chasopys"*. 9, 136–143. <https://doi.org/10.32447/2663-340X-2021-9.20> [In Ukrainian].
3. Semeniuk T. P., Usik S. R. (2022). Osoblyvosti neverbalnoi versyfikatsii kontseptu Covid-19 u suchasnykh zasobakh masovoi informatsii Nimechchyny. [Peculiarities of nonverbal versification of the concept of Covid-19 in the modern German mass media]. *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Serii: Filolohiia. Zhurnalistyka*. Vol. 33 (72), Issue 5 (1). P. 257–262. [In Ukrainian].

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ:

4. *17goalsmagazin. The SDGs against COVID19*. URL: <https://bit.ly/3S3CRNh> (дата звернення 15.01.2024).
5. *Contently. Why Infographics and Other Visual Content Are Saving Lives From COVID-19*. URL: <https://bit.ly/3TV8c7o> (дата звернення 14.01.2024).
6. *Easel. 20 Coronavirus Infographics: Reusable Templates and Resources*. URL: <http://surl.li/pided> (дата звернення 14.01.2024).