

Вербальные и иконические компоненты в креолизованном тексте афиши

Научный руководитель – Теркулов Вячеслав Исаевич

Юрьева Елена Владимировна

Кандидат наук

Донецкий национальный технический университет, Горно-геологический факультет,

Донецк, Украина

E-mail: uriev79@mail.ru

В современной коммуникативной среде естественный язык является важнейшим и универсальным средством общения, но вовсе не единственным. Общеизвестно, что язык - это система вербальных знаков, посредством которой осуществляется человеческое общение. Именно во взаимодействии со знаками иной природы (например, иконическими) эти знаки наиболее успешно реализуют свои коммуникативные функции. В настоящее время в рамках рекламного дискурса функционирует большое количество семиотически неоднородных текстов, которые называются креолизованными. Данный термин принадлежит Ю. А. Сорокину и Е. Ф. Тарасову. Креолизованный текст - это текст, фактура которого состоит из двух негомогенных частей: вербальной (речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык) [Сорокин: 180-181]. Обе составляющие направлены на достижение коммуникативного эффекта.

Креолизованный текст афиши можно определить как лингвовизуальный феномен, в котором иконический и вербальный компоненты образуют единое целое с целью оказания планомерного прагматического влияния на дестинатора: человек подсознательно в большей степени доверяет визуальной информации. Невербальные компоненты несут дополнительный смысл, располагают интерактанта к восприятию информации. Кроме того, в креолизованных текстах использование положительного изображения способствует «эстетизации» коммуникации. Эстетизация, т.е. опора на внешнюю красоту, дизайн, характеризует сегодня практически все сферы коммуникации: рекламу, СМИ, политику, сферу каждодневного общения. Исследователи говорят об «эстетизации нашего жизненного пространства». Картинка служит своего рода декоративным обрамлением речевого сообщения и фактически является его двойным кодированием для усиления информационного веса [Чернявская: 91].

Для анализа используемых невербальных приемов создания комического в креолизованных текстах афиш мы опирались на структурированную гипотезу А. Д. Кошелева о комическом и о функции смеха. Исследователь настаивает на том, что, несмотря на чрезвычайное разнообразие трактовок комического в рамках философского, психологического и социального направлений, в большинстве из них называется в качестве основной характеристики комического та или иная форма противоречия: «умственный контраст», «ощущаемый абсурд», «видимая нелепость», «отклонение от нормы» [Кошелев: 278].

Среди невербальных приемов, к которым прибегает адресант афиши, - визуальная метафора, визуальный парадокс, пародия и др.

Юмористическая или шуточная пародия: в целом дружественная по отношению к оригиналу, например: рис. 1 «Игра в классики» (<http://filarmonia-donetsk.ru/afisha/>) - изображение всемирно известного немецкого композитора Иоганна Себастьяна Баха с электрогитарой в руках. Бах ушел из жизни в 1750 году, а первые электрогитары появились в 1931 году. В этом и заключается нелепость ситуации, которая не соответствует здравому смыслу и жизненному опыту адресата.

Языковые средства в афишах отбираются адресантом с учетом критериев информативности и аттрактивности. К непосредственно вербальным приемам можно отнести средства выразительности на разных языковых уровнях: аллюзии, эпитеты, метафоры, метонимии, сравнения, повторы, игру слов, окказиональные новообразования, эмоциональный синтаксис и т. д. Рассмотрим примеры использования вышеперечисленных средств.

Эпитеты: «Золотая коллекция классики», «Золотые хиты гранд-оркестра Поля Мориа», «Золотые арии и увертюры» (<http://filarmonia-donetsk.ru/afisha/>). Особую функциональную нагрузку в текстах имеет прилагательное «золотой». В вышеприведенных примерах оно используется в значении «очень ценный» (перен.).

Персонификация (олицетворение): «Музыка дарит здоровье», «Симфония на пюпитрах», «Опера в пижаме» (<http://gomelorchestra.com/billboards/>); «Орган собирает друзей» (<http://filarmonia-donetsk.ru/afisha/>).

Метафора дает возможность создать немногословный текст с элементами многозначности: «Волшебная сила театра. Живое театральное действие юных артистов на подмостках профессионального театра» (http://www.mir-teatra.org/news/istorija_afishi/2017-07-06-132); «Мой мир - музыка» (<http://alchevsk.su/category/37>).

Окказионализмы или авторские неологизмы: «Чехов-фест. Театральный фестиваль» (<http://spec-kor.com.ua/news/sumy/2928-afisha-chekhov-fest2019-ne-prohavte-naitsikavishoho.html>).

Игра слов (основана на омонимии и паронимии): «Снежное шоу Славы Полунина» (<https://newslab.ru/afisha/>). Адресат может не заметить букву «с» в слове «снежное» и прочесть: «нежное шоу». Прилагательное «нежный» имеет положительную коннотацию (вызывает у дестинатора ряд позитивных ассоциаций), что может повлиять на принятие решения посетить шоу. В следующем примере «Дивные каверы. Струнный ансамбль "Дива-квартет"» (<http://filarmonia-donetsk.ru/afisha/>) мы видим некий каламбур: адресат может интерпретировать высказывание «дивные каверы» и как «чудные, чудесные, восхитительные каверы», и как «каверы, принадлежащие дивам». Это вызывает комический эффект и привлекает внимание дестинатора.

Итак, с целью оптимизации процесса интерпретации адресант афиши намеренно определяет и применяет наиболее эффективные средства и приемы.

Источники и литература

- 1) Кошелев А. О структуре комического (анекдот, каламбур, шарж, пародия, шутка, комическая история) // Логический анализ языка: Языковые механизмы комизма. М., 2007.
- 2) Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. М., 1990.
- 3) Чернявская В. Е. Лингвистика текста: Поликодовость, ... дискурсивность. – М., 2009.

Иллюстрации

6 ОКТЯБРЯ ПОНЕДЕЛЬНИК **17:00**

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ФИЛАРМОНИЯ
КОНЦЕРТНЫЙ ЗАЛ ИМ. С. С. ПРОКОФЬЕВА

ИГРА В КЛАССИКИ
КАМЕРНЫЙ ОРКЕСТР «ВИОЛА»
РУКОВОДИТЕЛЬ – ЗАСЛУЖЕННЫЙ ДЕЯТЕЛЬ ИСКУССТВ ДНР
ВАЛЕРИЯ ПУТЯ

В программе прозвучат произведения из репертуара знаменитых оркестров п/у Поля Мориа и Джеймса Ласта, пианиста-виртуоза Ричарда Клайдермана, оркестра «Rondo Veneziano»

Солистка лауреат международного конкурса
НАНА АГУМАВА
(фортепиано)

В концерте принимают участие:
Екатерина МАЛЁВАННАЯ – флейта
Александр АЛЕКСЕЕНКО – гобой
Дмитрий ПОПОВ – труба
Владимир ВАСЬКОВСКИЙ – труба
Данил МИЛКА – акустическая гитара
Юлия КОЛОСОВСКАЯ – клавишин, синтезатор
Денис ГРУБСКИЙ – контрабас

Ведущая Татьяна КУСТЫ

РЕГИСТРАЦИЯ БИЛЕТОВ: **12+** (071) 332-55-07 | Касса: (062) 335-71-54 | СТОИМОСТЬ БИЛЕТОВ: 100, 150, 200 руб.

ЖИВОЙ ЗВУК

Рис. 1. Рис. 1. «Игра в классики»