

ТИПОЛОГИЯ КРЕОЛИЗОВАННЫХ ТЕКСТОВ

Мусохранова А.А.

ФГБОУ ВПО НИ «Иркутский государственный технический университет» (664074 г. Иркутск, ул. Лермонтова, 83), e-mail: practicum2013@mail.ru

Крапивкина О.А.

ФГБОУ ВПО НИ «Иркутский государственный технический университет» (664074 г. Иркутск, ул. Лермонтова, 83), e-mail: 1317565@mail.ru

В данной статье рассматривается новый для лингвистических исследований феномен креолизованного текста, получивший широкое распространение в современной коммуникативной среде. Креолизованный текст определяется авторами как сочетание вербальных и невербальных элементов, образующих сложное текстовое образование. Авторы анализируют различные критерии классификации креолизованных текстов, среди которых степень креолизации, социально культурная ориентированность текста, тип коммуникации, количество компонентов в тексте, гипертекстовая осложненность и др .

Ключевые слова: Креолизация, текст, креолизованный текст, гиперкод.

TYPES OF CREOLIZED TEXTS

Musokhranova A.A.

Irkutsk State Technical University (664074, Irkutsk, Lermontov st., 83) e-mail: practicum2013@mail.ru

Krapivkina O.A.

Irkutsk State Technical University (664074, Irkutsk, Lermontov st., 83) e-mail: 1317565@mail.ru

The article deals with the new linguistic phenomenon – creolized texts – gaining popularity in modern communication environment. The authors analyze different criteria for classification of creolized texts, among which the degree of creolization, socially cultural orientation of the text, type of communication, number of components, hypertextual complexity, etc.

Keywords: Text, creolization, creolized text, hypercode.

Креолизованный текст представляет собой сложное текстовое образование, в котором вербальные и невербальные элементы образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функциональное целое.

Согласно Е.Е. Анисимовой, к креолизованным текстам следует отнести газетно-публицистические, научно-технические, тексты-инструкции, иллюстрированные художественные тексты, тексты рекламы, афиши, комиксы, плакаты [1].

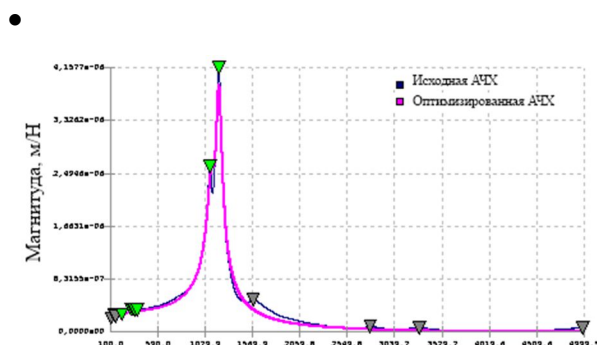
Для каждого из приведенных выше типов креолизованных текстов характерно разное сочетание и соотношение вербальных и невербальных компонентов. Каждому типу свойственны свои особенности функции. Например, в газетно-публицистическом стиле реализуется языковая функция воздействия (агитации и пропаганды) в комбинации с информативной функцией (сообщение новостей). В публицистических текстах затрагиваются проблемы широкой тематики – политические, экономические, моральные, философские, вопросы культуры, воспитания, бытовые темы.

Научно-технические тексты часто требуют изображения для выполнения познавательной функции. Основная задача научно–технического текста состоит в предельно ясном и точном доведении до читателя фактического материала без эксплицитно выраженной эмоциональности. Огромную помощь в этом оказывает визуальный компонент таких текстов (графики, формулы, таблицы, рисунки). Они выполняют только когнитивную функцию и отмечаются безэмоциональностью.

С лингвистической точки зрения, классификация креолизированных текстов зависит от сферы их применения и типов корреляции, существующих между вербальными и невербальными (иконическими, звуковыми, видеокадровыми и пр.) составляющими. Несмотря на очевидную наглядность существующих критериев деления, представляется целесообразным группировка данных текстов по следующим основаниям:

1. По степени креолизации выделяют:

- *Тексты с нулевой креолизацией.* В данных текстах один из компонентов отсутствует, а текст является чисто вербальным или чисто визуальным.
- *Тексты с полной креолизацией.* В тексте присутствуют оба компонента, образуя сложно построенный смысл. Интерпретация текста возможна только с учетом значений обоих компонентов. Примером могут служить научно-технические и технические тексты.



Vibration characteristics of tooling using the milling cutter R390-020C5-11L125

2. По социокультурной ориентированности выделяют:

- *Интеркультурно ориентированные тексты* - тексты, предназначенные для использования только в рамках их родной культуры. В данных текстах используются традиционные для этой культуры вербальные и иконические знаки.



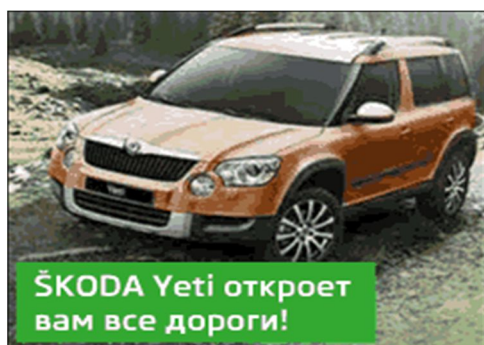
- *Транскультурно ориентированные тексты* - тексты, предназначенные к использованию в нескольких культурах, или несущие в себе знаки чужой культуры.

- ◆ на вербальном уровне: использование иностранных слов, графических средств иностранного языка, прямое указание на чужую культуру.

- ◆ на визуальном уровне: использование изображений реалий чужой страны.

- ◆ на обоих уровнях сразу: и вербальные, и иконические средства указывают на чужую культуру.

Примером данного типа креолизированных текстов может служить следующее рекламное объявление:



3. По типу коммуникации выделяют:

- *Тексты устной коммуникации.* В данных текстах вербальный компонент представлен живой речью или записью этой речи на различные носители информации, например, на диктофон.

- *Тексты письменной коммуникации.* В них вербальный компонент представлен рукописным или печатным вариантом.



- *Тексты смешанного типа* сочетают в себе вышеперечисленные типы вербальных компонентов. Примером может служить выпуск новостей для глухонемых людей с бегущей строкой: часть передаваемой устно информации дублируется письменно.

4. По количеству компонентов выделяют:

- *Тексты с двумя компонентами* (вербальный + иконический);
- *Тексты с тремя компонентами* (вербальный, иконический и, например, тактильный).

5. По гипертекстовой сложности выделяют:

- *Тексты с гиперкодом:* в составе креолизованного текста имеется код, прочтя который можно перейти по гиперссылке к другому тексту.

- *Тексты без гиперкода:* объектной гиперсвязи не наблюдается.

6. По степени предполагаемой вовлеченности читателя выделяют:

- *Тексты с минимальной вовлеченностью читателя.*

Пример подобного текста – публицистическая статья - приведен ниже:



Peter Mutharika has been sworn in as the new president of Malawi.

The 74-year-old leader of the Democratic Progressive Party was sworn in Saturday in the commercial capital, Blantyre.

Mutharika said in a brief address that his main task would be uniting Malawians after the protracted wrangling over electoral issues. He invited his competitors to help him rebuild the country.

К таким текстам относятся, как правило, тексты информативного характера, не предполагающие ответной реакции или каких-либо действий со стороны реципиента. В

приведенном примере – это интернет-статья. Читателю просто предоставляется определенная информация. Что он намерен / не намерен делать с данной информацией, создателей текста не беспокоит.

- *Тексты со средней вовлеченностью читателя:*



Это тексты апеллятивного характера, призывающие читателя совершить какое-либо ответное действие. К таким текстам относится, в частности, рекламное объявление. Текст создается для воздействия на адресата и определенной степени манипуляции его сознанием/поступками. Реклама, например, не просто информирует адресата о новых товарах, появившихся на рынке, но и призывает его совершить определенные действия, связанные с приобретением этих товаров. Читатель уже не просто лицо, получающее какую-либо абстрактную информацию, а лицо, реагирующее на нее как положительно (в случае с рекламой – покупка товара), так и отрицательно (отсутствие покупательской активности).

Тексты с существенной вовлеченностью читателя: тексты интерактивного характера, требующие непосредственного участия читателя в процессе их «прочтения». Одним из наиболее ярких примеров являются креолизованные тексты с гиперкодом:



Читателю предлагается информация, выраженная не только на вербальном и визуальном уровнях, но и заключенная в QR-коде. Данный матричный код (QR от англ. quick

response – быстрый ответ) или гиперкод [2], изначально создававшийся для логистических целей, является своего рода кладезем информации, доступной обладателям современных мобильных телефонов с фотокамерой. Сфотографировав гиперкод, адресат получает доступ ко всем необходимым данным. Он может попасть на сайт рекламодателя, увидеть на экране телефона видео, картинку или просто текст. Прочтение/непрочтение закодированной таким образом информации целиком зависит от воли читателя. Как пишет Л.В. Дубовицкая, гиперкоды могут использоваться как на иконическом, так и на вербальном уровнях креолизованного текста [3]. Существуют также примеры QR-кодов, выступающих в качестве креолизованного текста и включающих в себя оба традиционных компонента данного семиотически осложненного феномена.

7. По степени композиционной сложности выделяют:

- *Простые тексты:* тексты, состоящие из одного «модуля» и не имеющие продолжений.
- *Сложные тексты:* тексты, состоящие из двух или более модулей, связанных между собой по смыслу. Первый модуль отличается незавершенностью, открытостью к самым разным вариантам интерпретации. Адресат зачастую не понимает значение первого модуля. Авторы текста делают ставку на элемент таинственности, пытаются заинтересовать и заинтриговать реципиента, не раскрывая смысла сообщения в первом информационном блоке. Последующие модули проливают свет на проблему интерпретации первого и несут в себе смысловое ядро текста.

Таким образом, мы можем констатировать многообразие креолизованных текстов в информационно-коммуникативной среде современного общества. Данные тексты выполняют различные функции, среди которых следует выделить аттрактивную, эстетическую, информативную, функцию организации текстового пространства и ряд других.

Несмотря на относительную новизну феномена креолизации, представляется необходимым дальнейшее детальное изучение креолизованных текстов и их функционирования в коммуникативном пространстве.

Библиографический список

1. Анисимова, Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) [Текст] / Е.Е. Анисимова. - М.: Academia, 2003. - 128 с.

2. Дубовицкая, Л.В. QR код–революция в мире креолизированных текстов? [Электронный ресурс] // Электронный журнал «Вестник Московского государственного областного университета». – URL: http://www.evestnik-mgou.ru/vipuski/2012_1/stati/pdf/dubovitskaya.pdf (Дата обращения: 21.09.2014).

3. Дубовицкая, Л.В. Функции QR кодов на примере креолизированных текстов письменной коммуникации [Электронный ресурс] // Электронный журнал «Вестник Московского государственного областного университета». – URL: <http://evestnik-mgou.ru/Articles/Doc/210>. (Дата обращения: 23.09.2014).